



Netflix, une stratégie en 3 piliers

Comment le géant crée l'engagement addictif

HEINRY ELODIE

30 Octobre 2025



Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

ATTIRER



Le Volume

Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

ATTIRER



Le Volume

SATISFAIRE



La Pertinence

Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

ATTIRER



Le Volume

SATISFAIRE



La Pertinence

FIDÉLISER

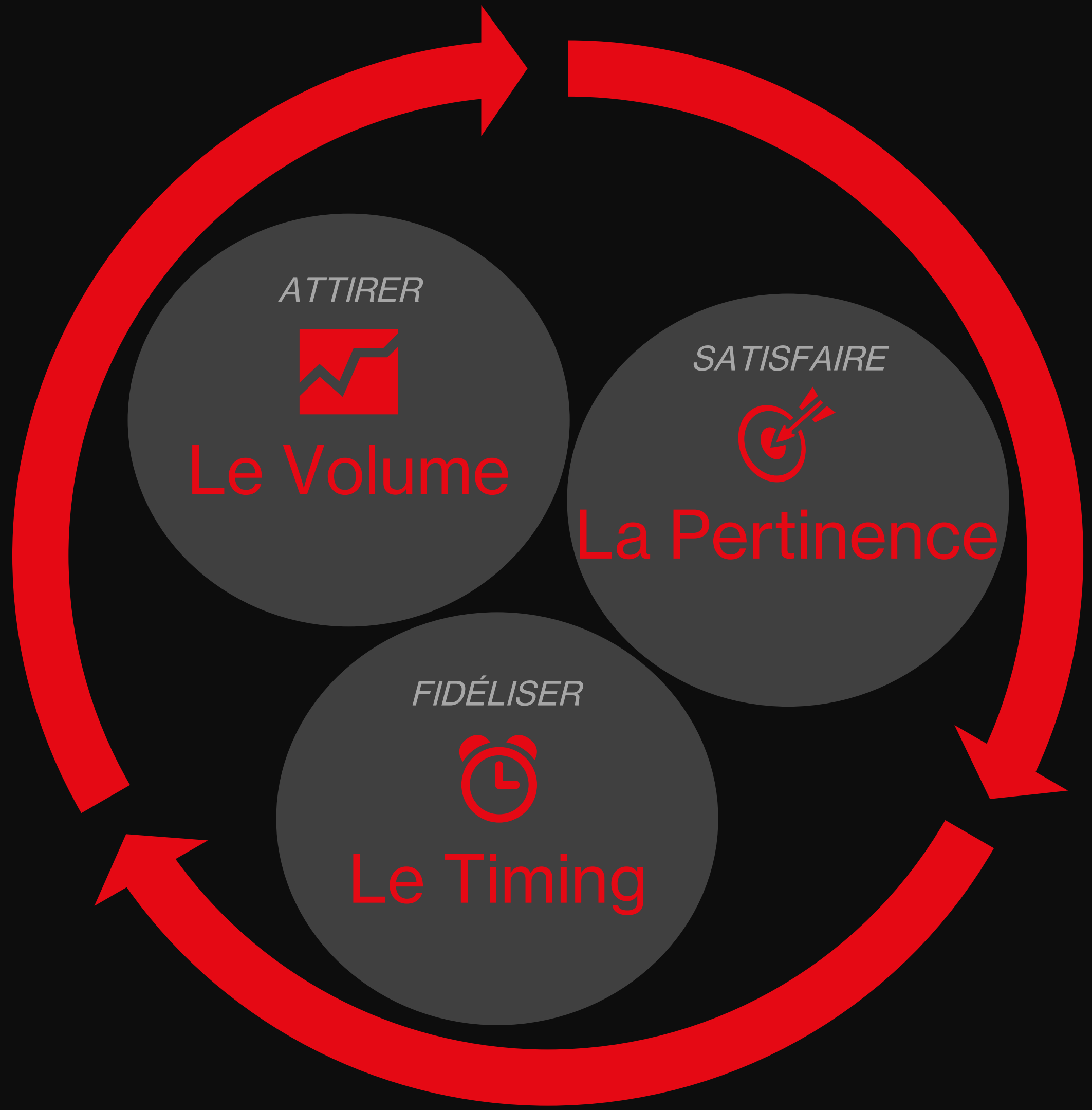


Le Timing

Introduction

Netflix
*ne nous vend pas
un divertissement*

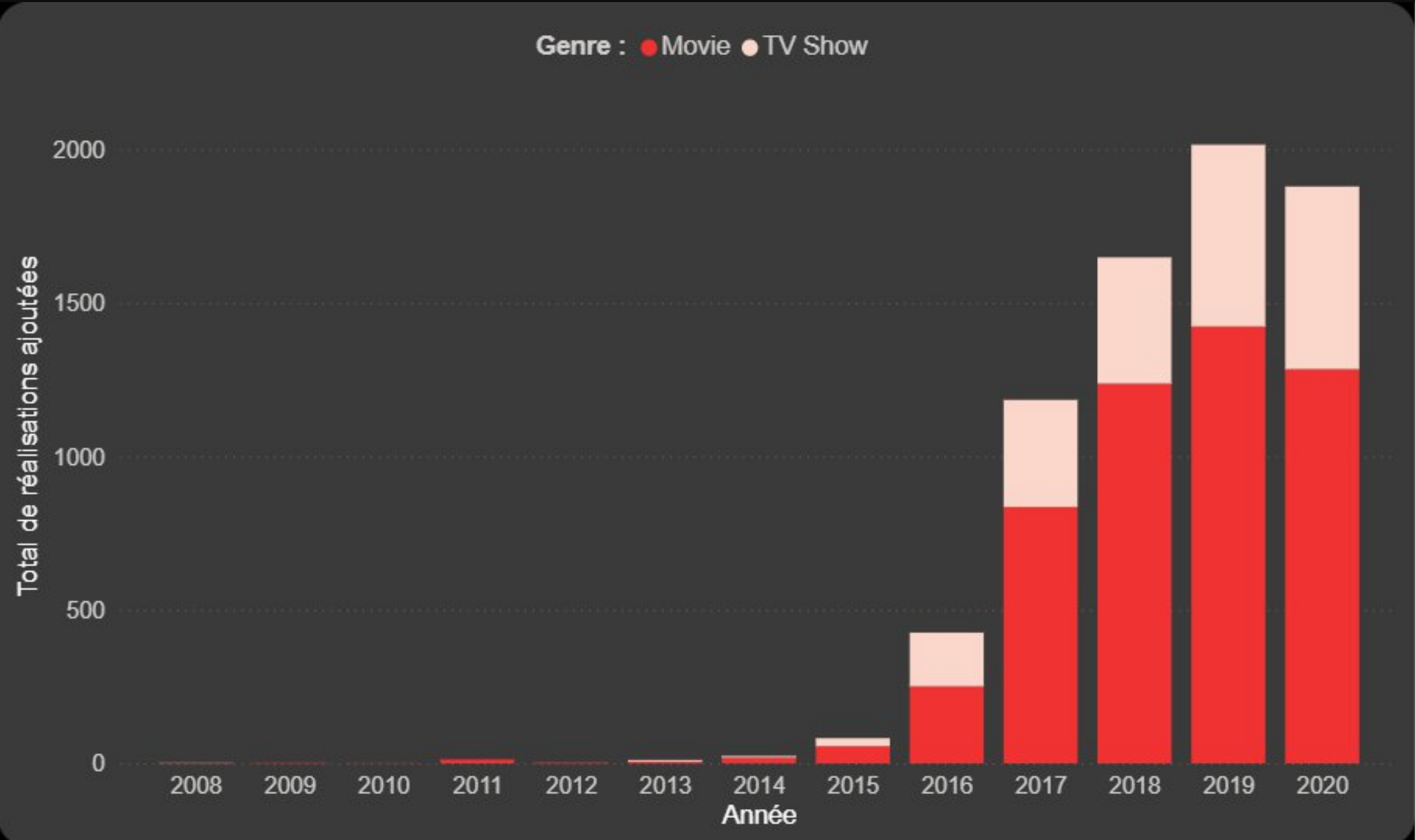
*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



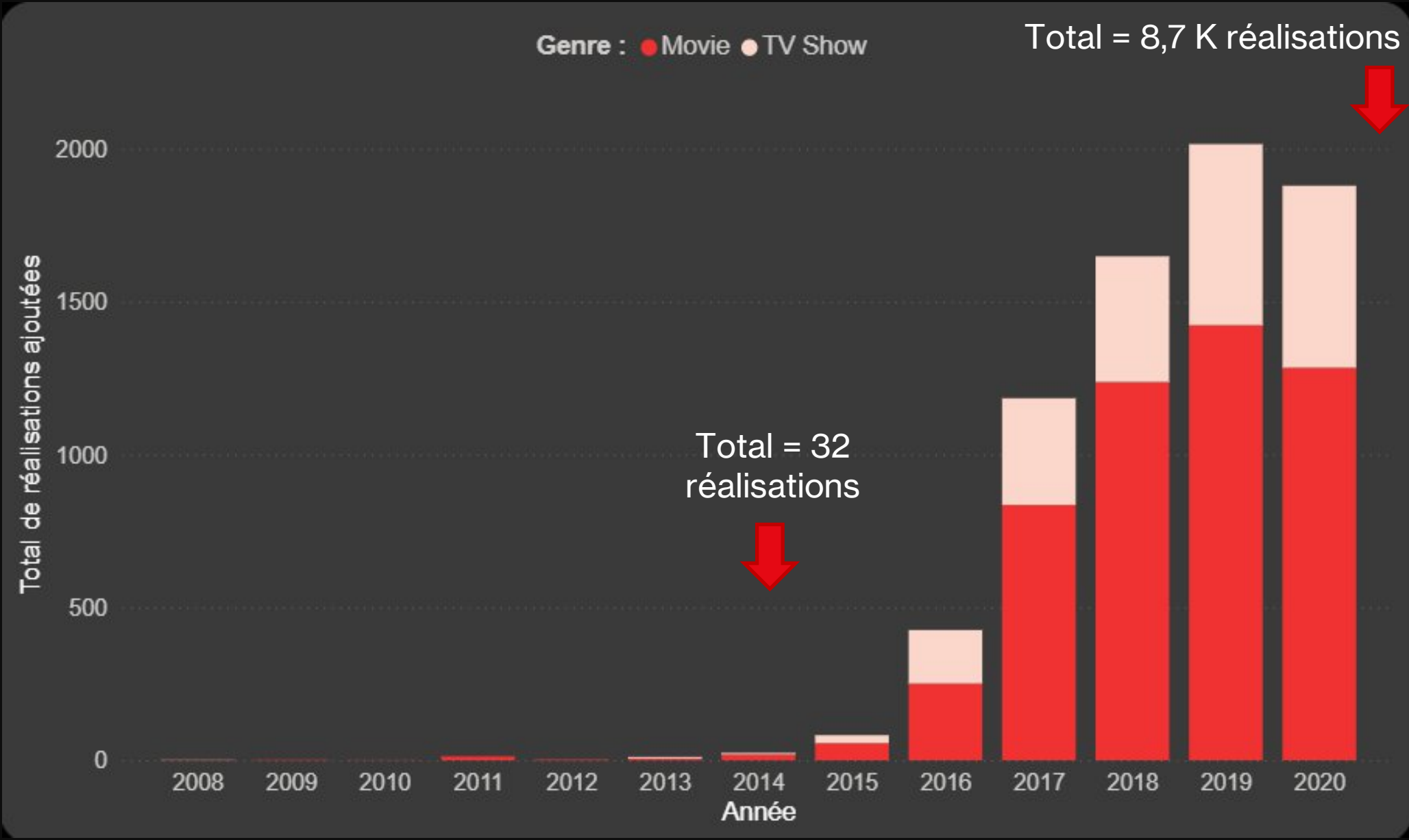
Chaque année, de plus en plus de contenu ajouté :



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



Chaque année, de plus en plus de contenu ajouté :



32

Réalisations en 2014

x 275

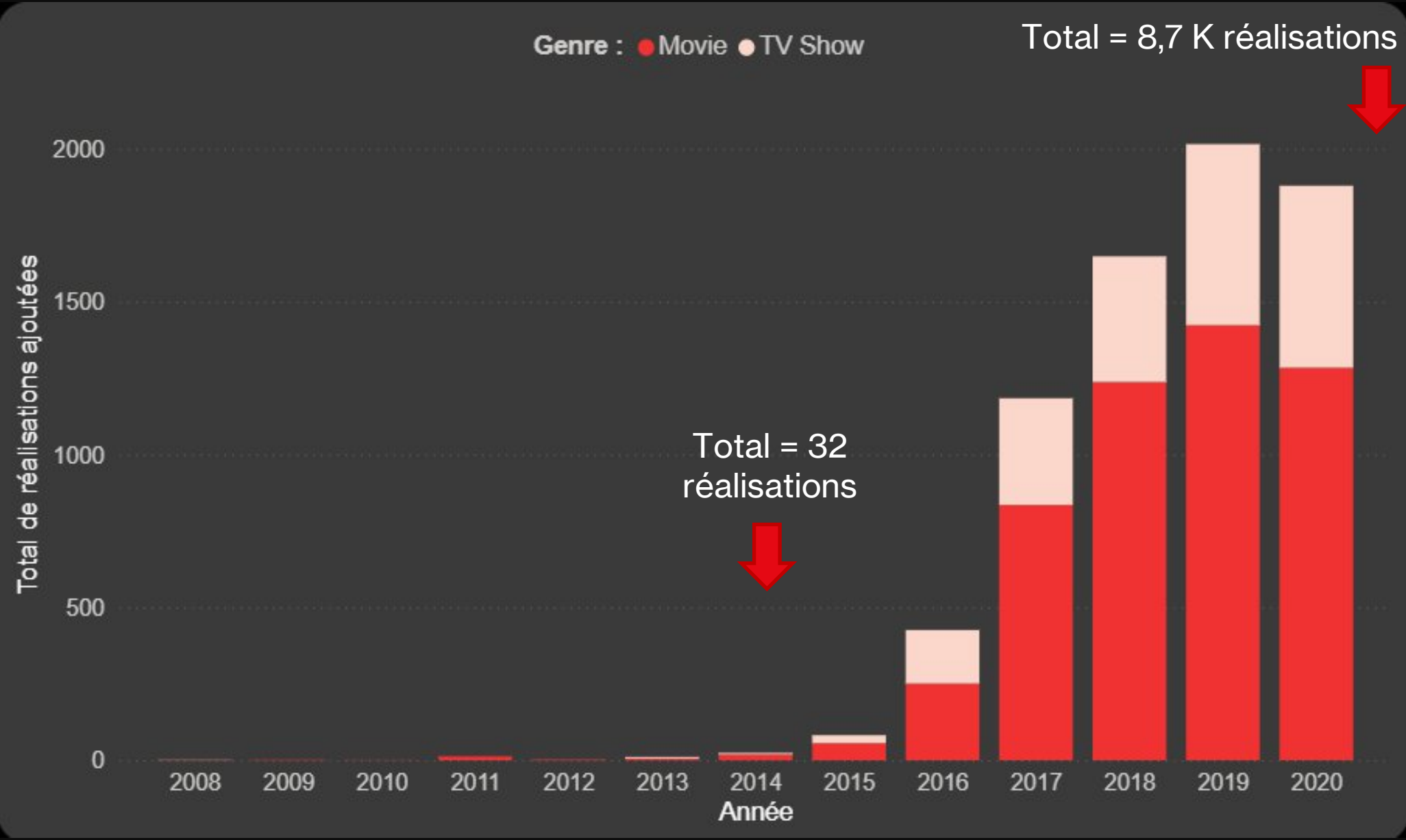
8.7K

Réalisations en 2021

Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



Chaque année, de plus en plus de contenu ajouté :



Stratégie de Masse

32

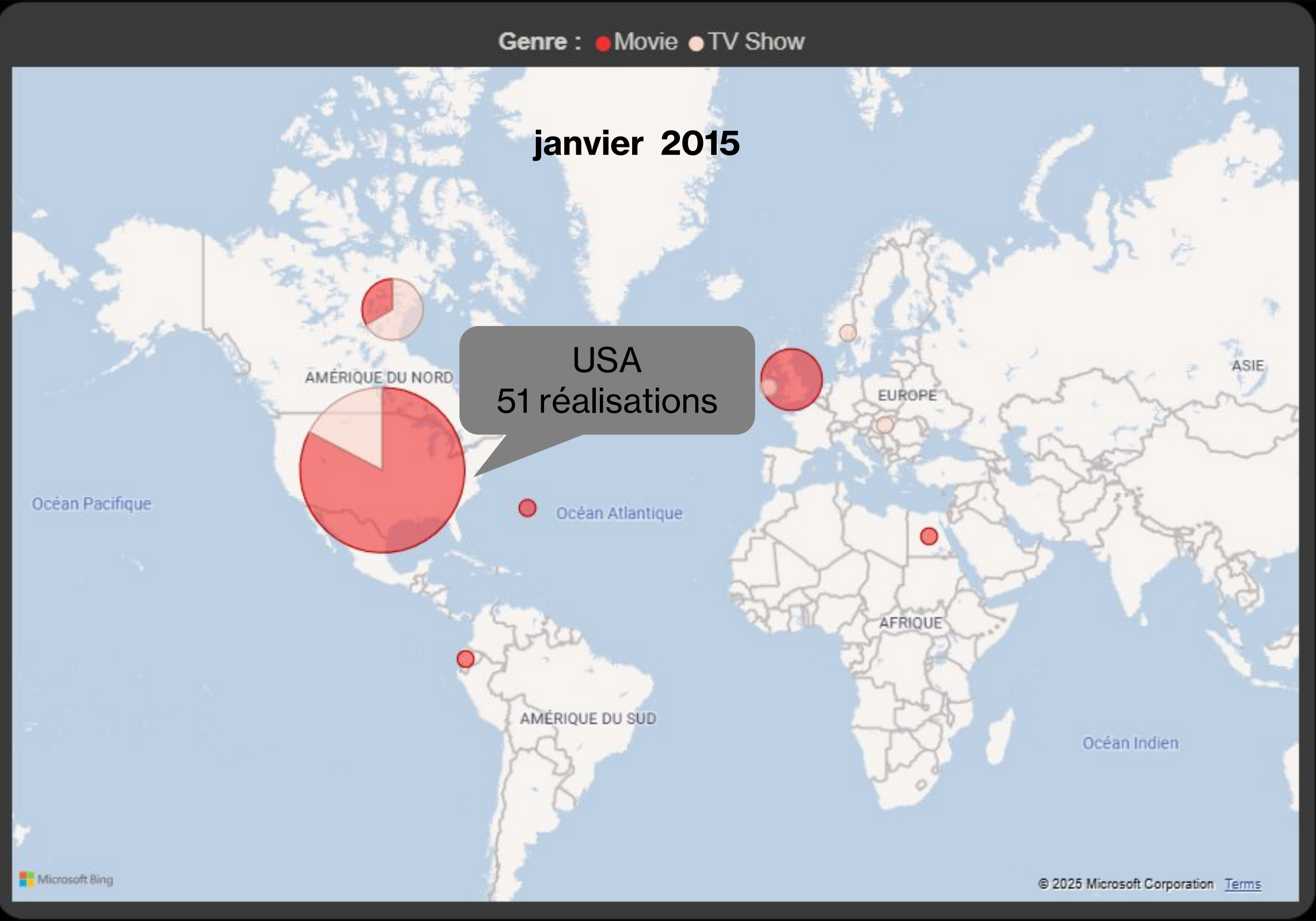
Réalisations en 2014

x 275

8.7K

Réalisations en 2021

Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

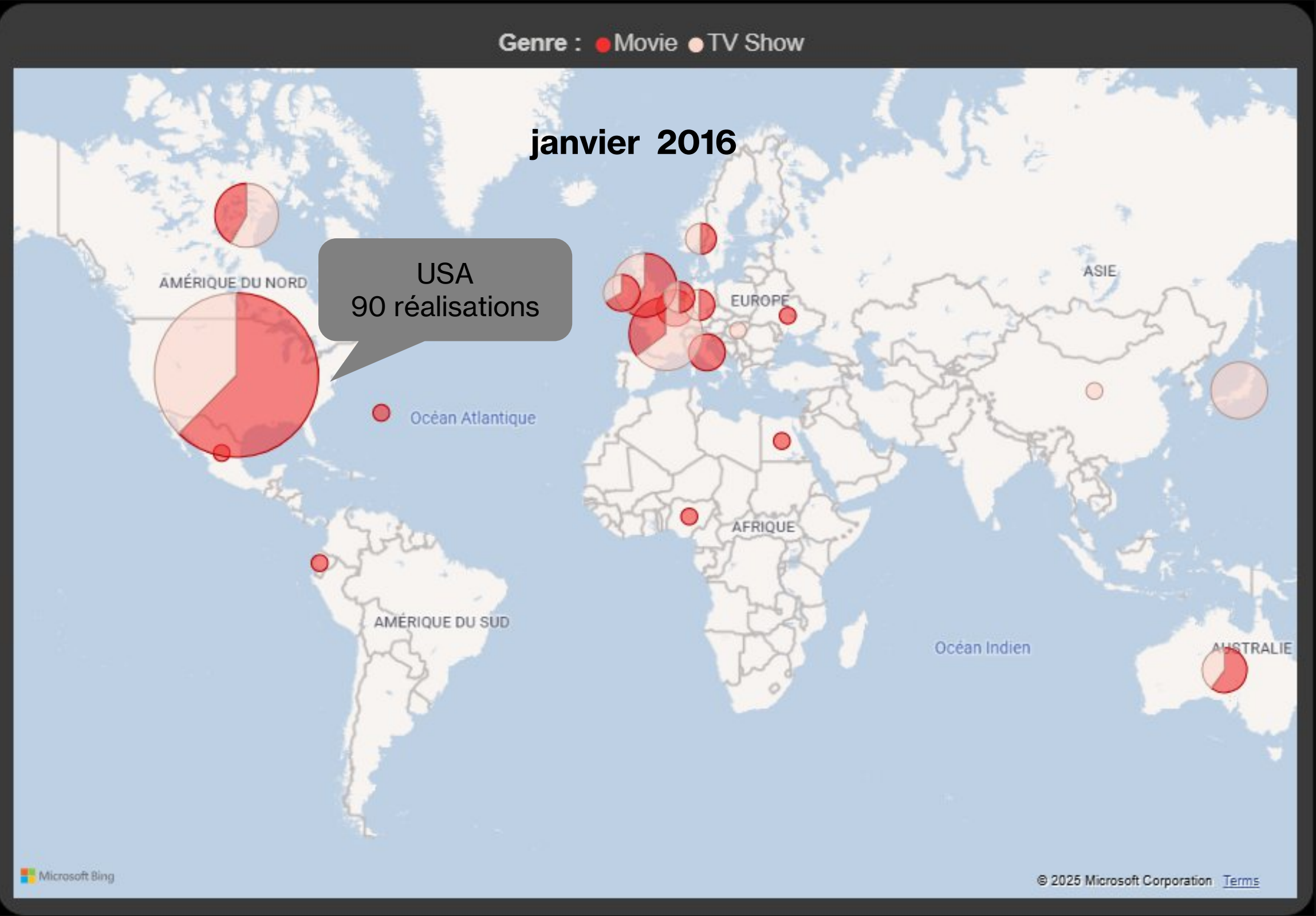


2015

USA :
51 réalisations

Expansion mondiale 2015

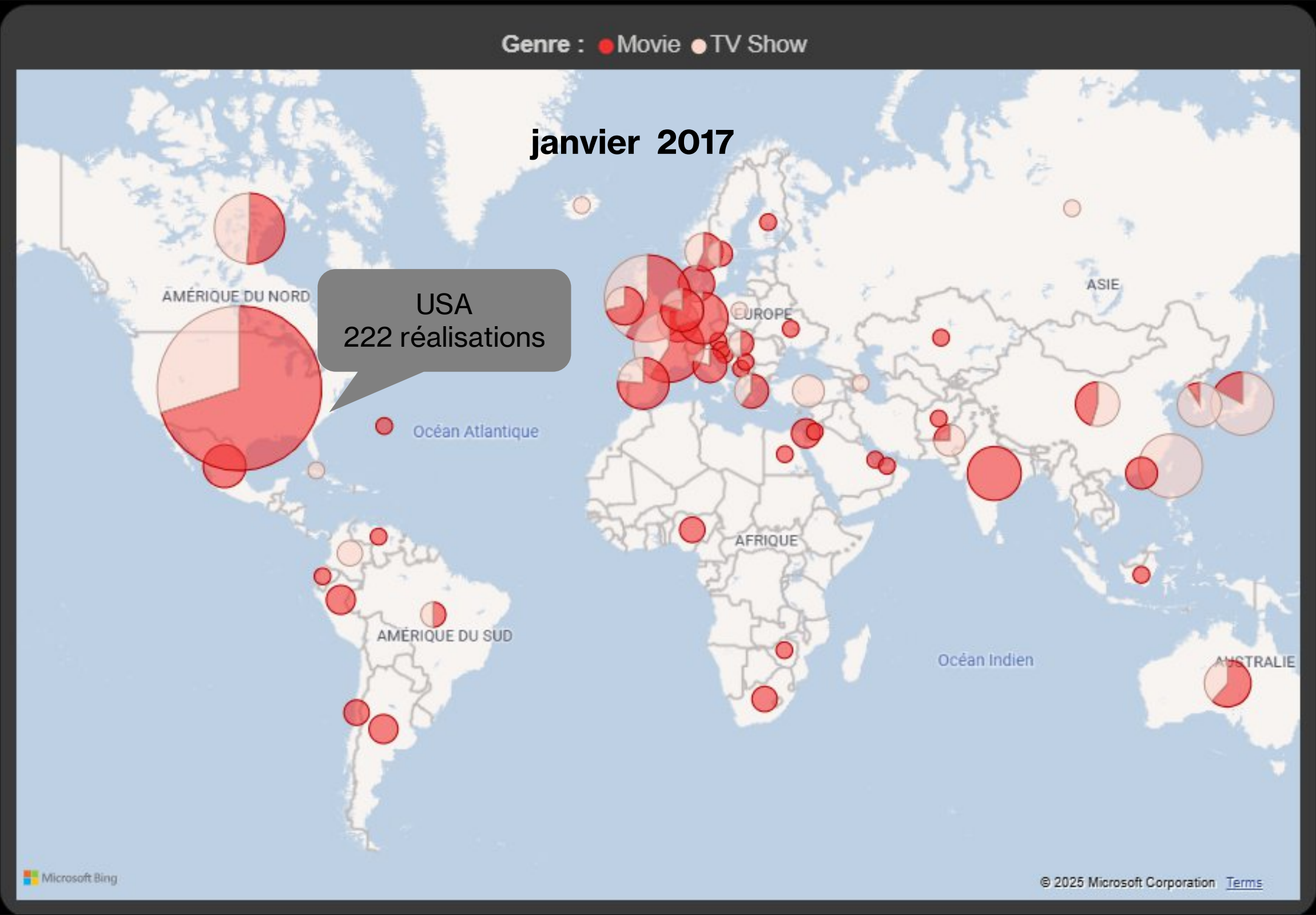
Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2016

Expansion mondiale de 2015 à 2016

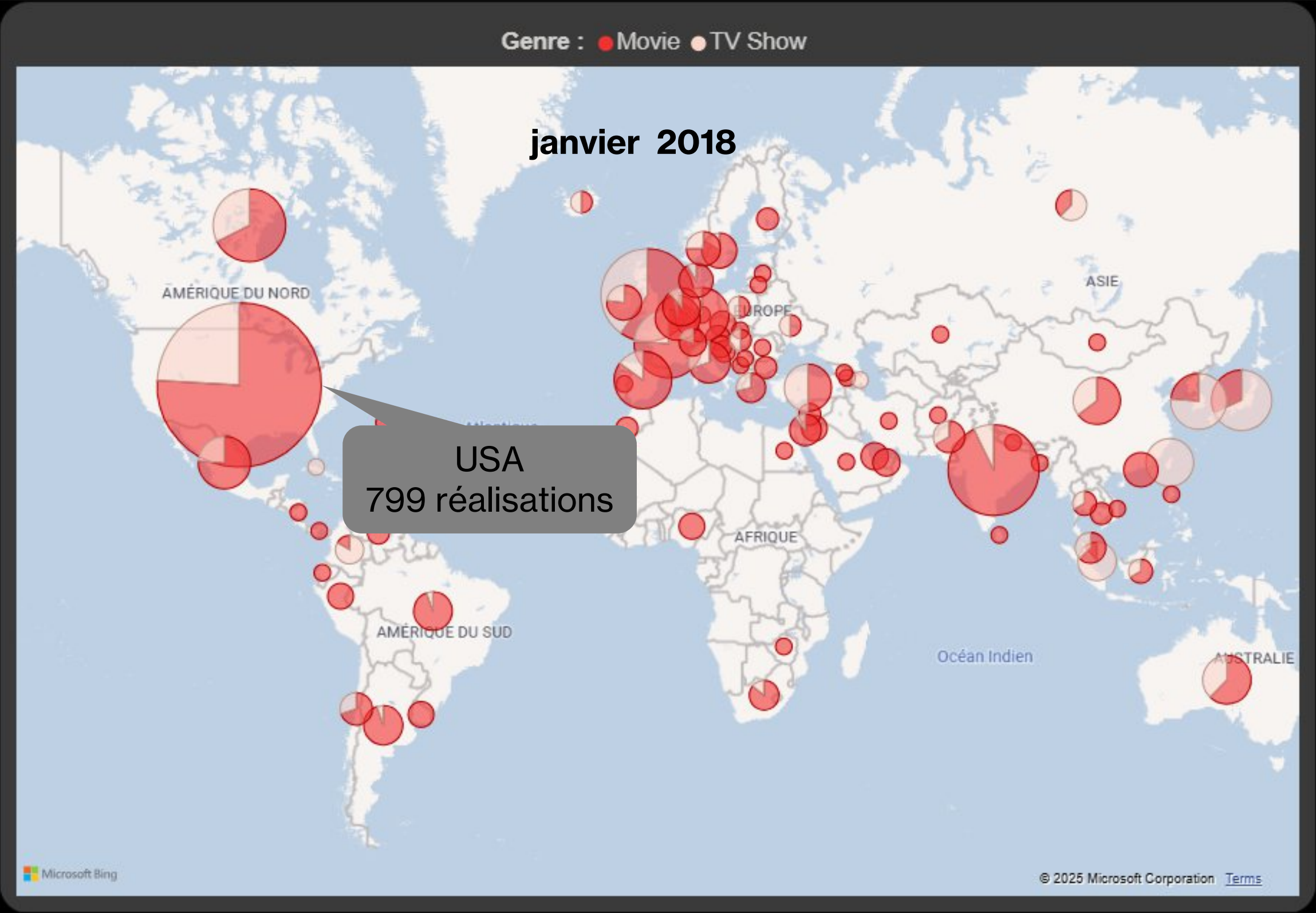
Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2017

Expansion mondiale de 2015 à 2017

Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

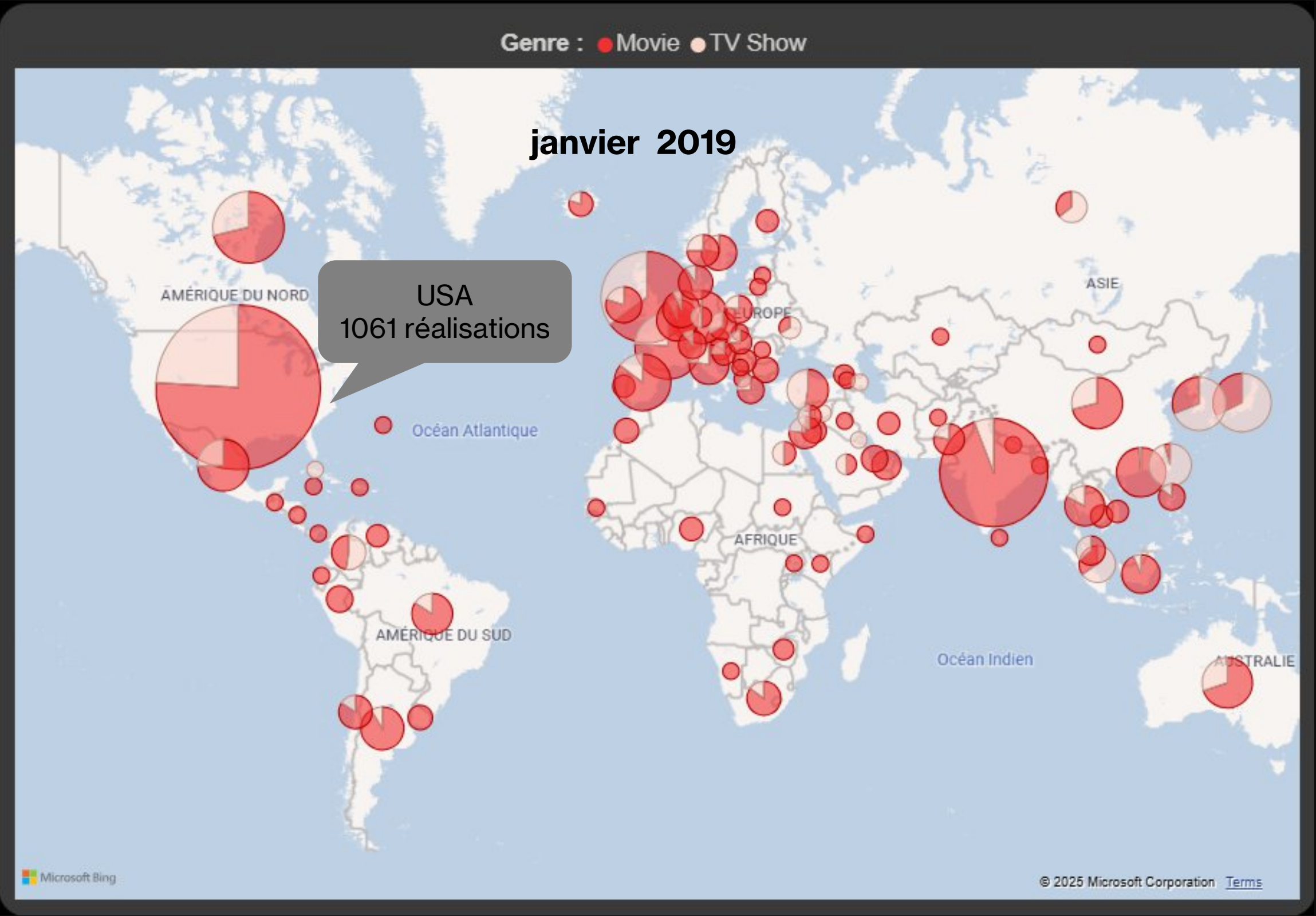


2018

USA :
799 réalisations

Expansion mondiale de 2015 à 2018

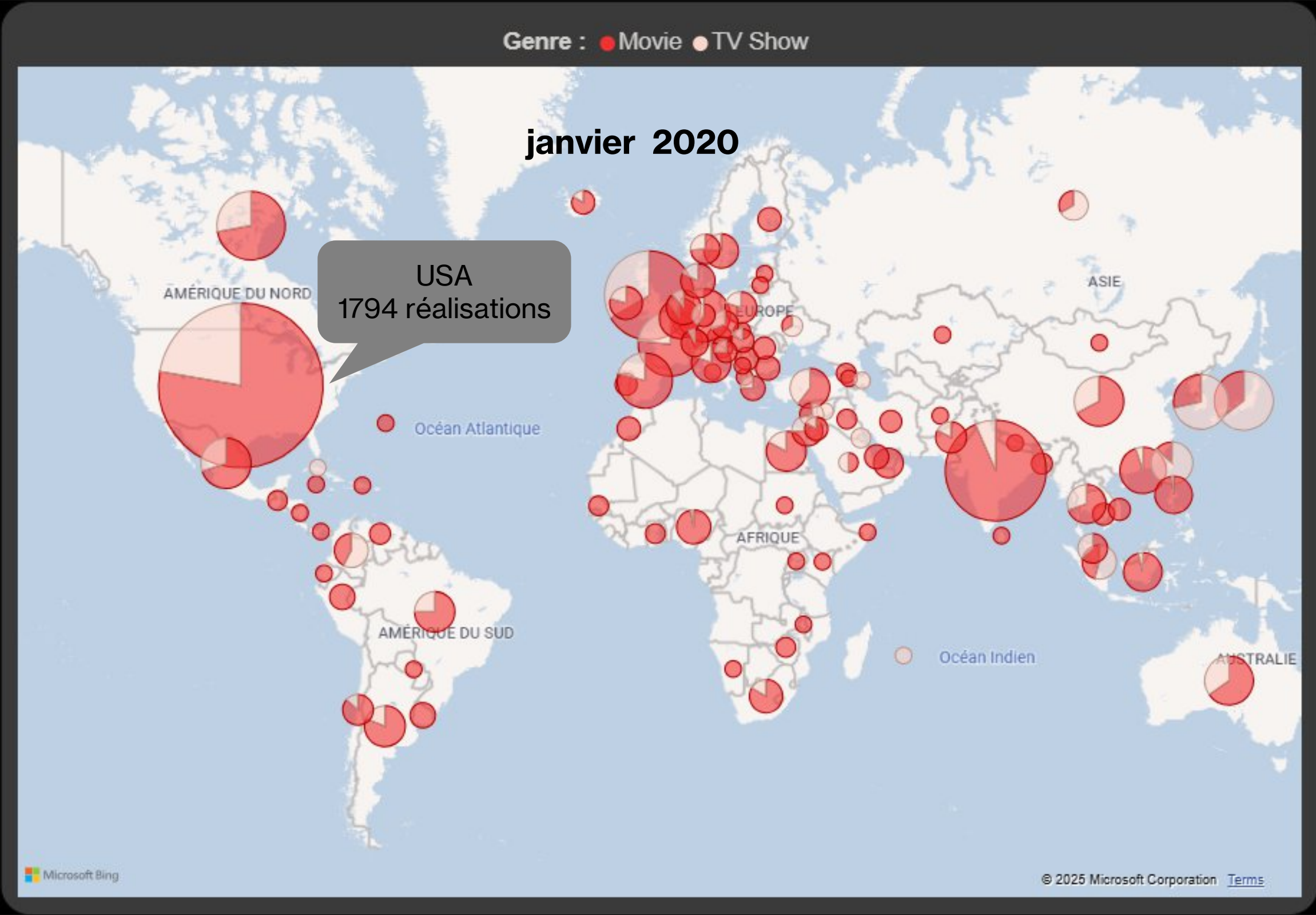
Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2019

Expansion mondiale de 2015 à 2019

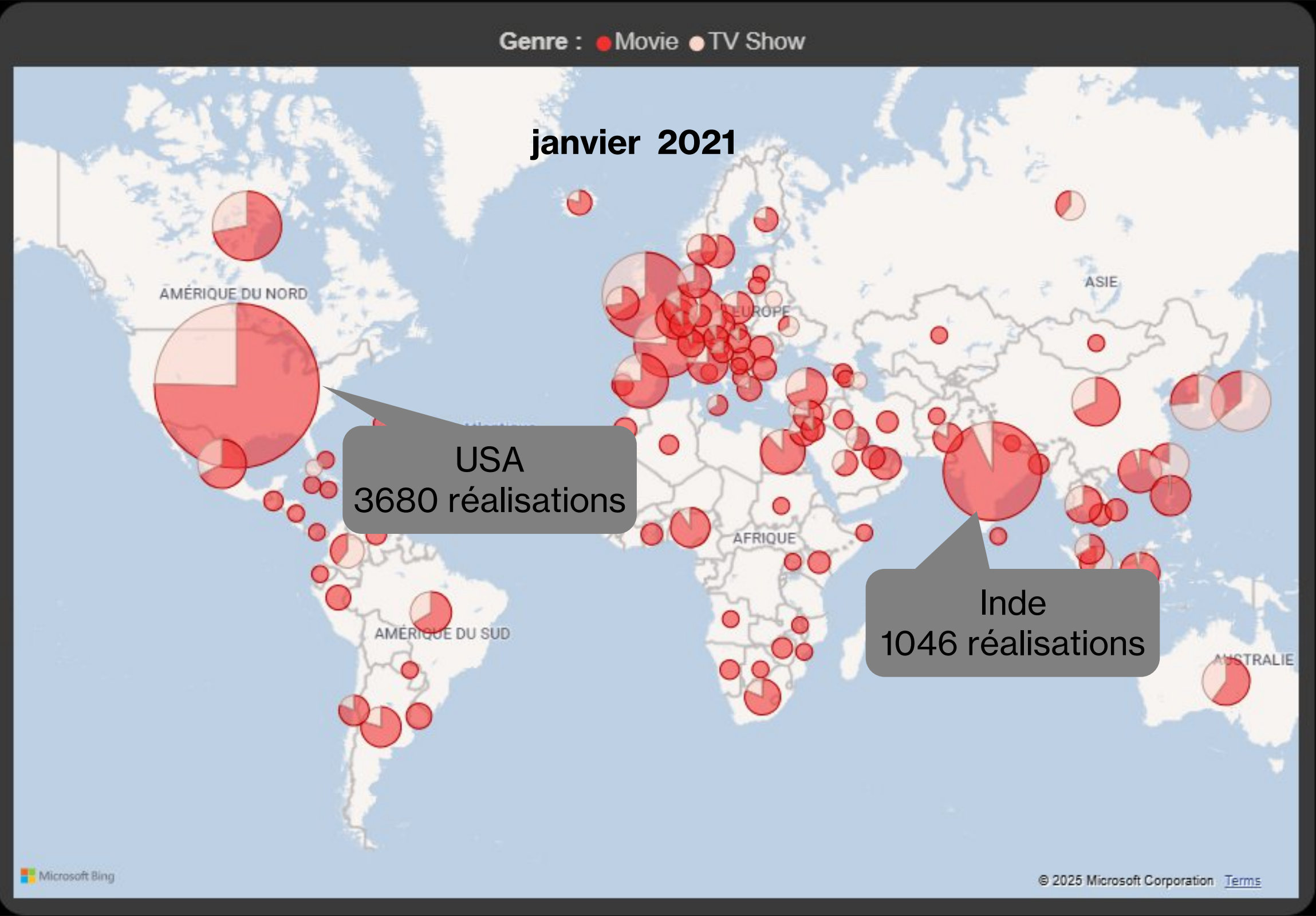
Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2020

Expansion mondiale de 2015 à 2020

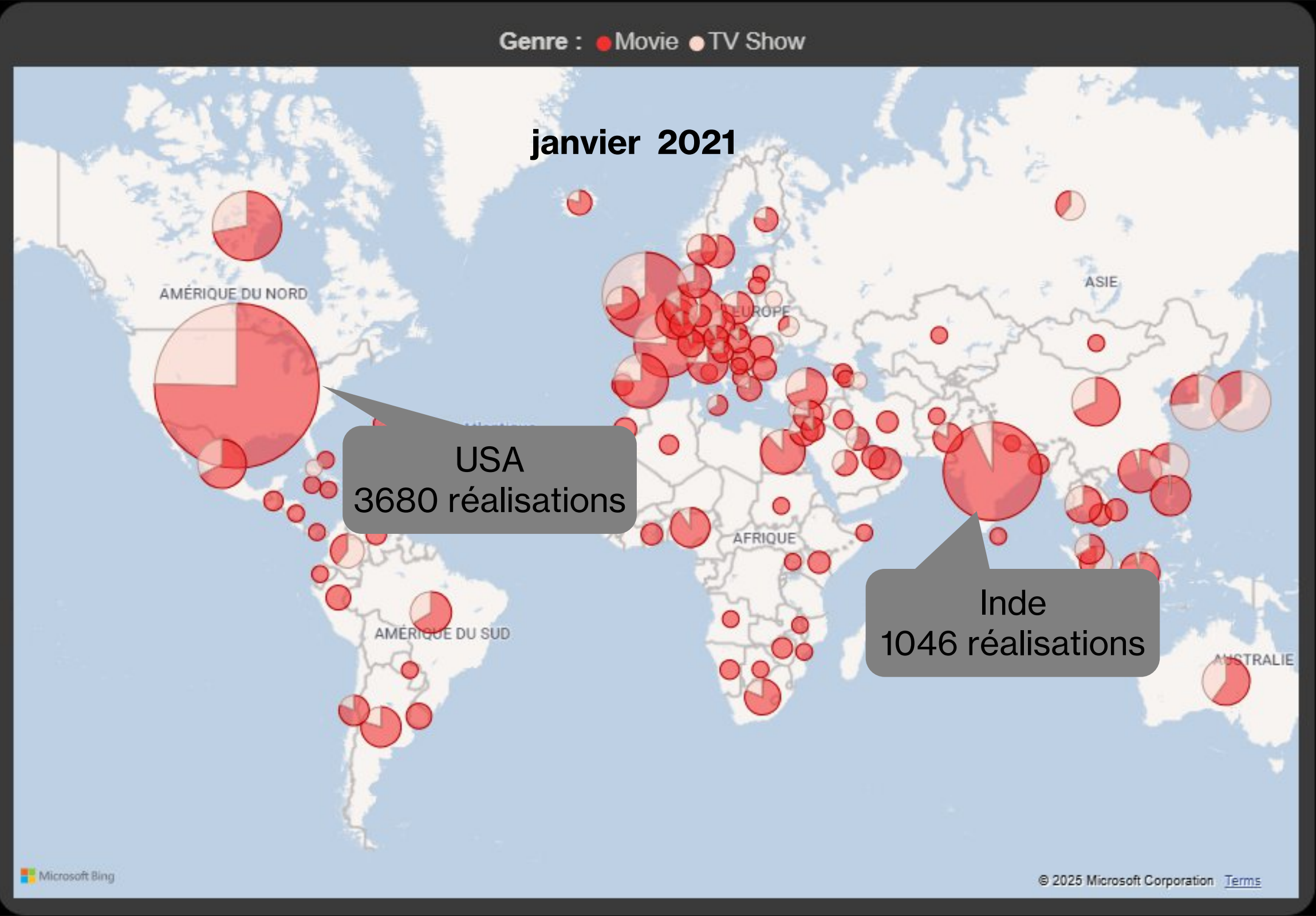
Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2021

Expansion mondiale de 2015 à 2021

Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



Expansion mondiale de 2015 à 2021

8

Pays en 2014

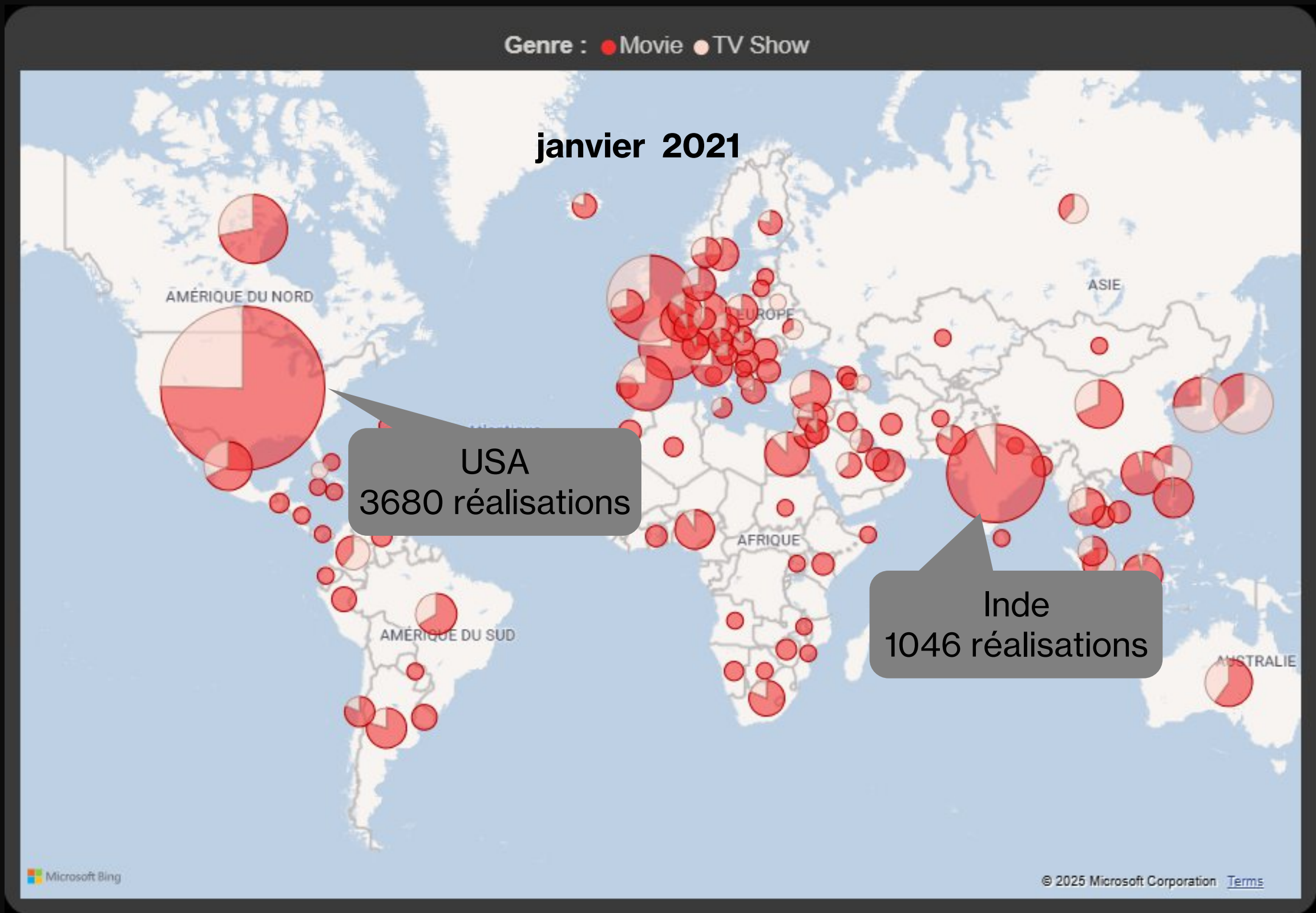


x 15

122

Pays en 2021

Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



Expansion mondiale de 2015 à 2021

**Expansion Mondiale
quasi-complète**

8
Pays en 2014



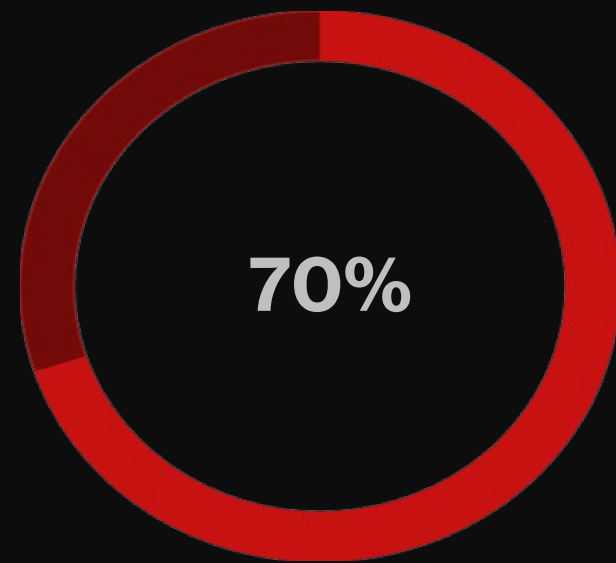
x 15

122
Pays en 2021

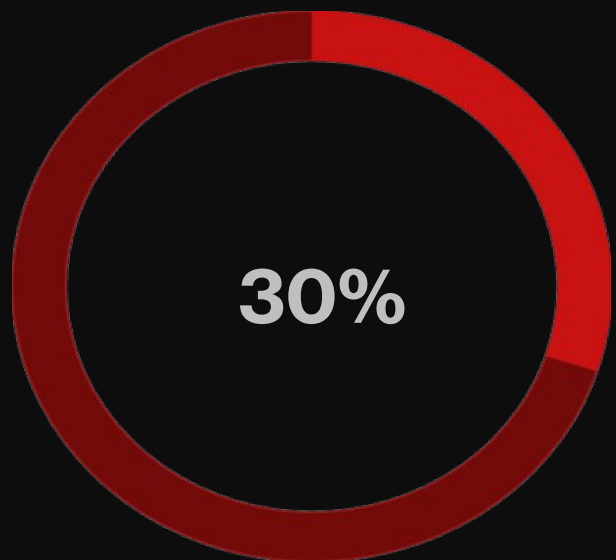
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :



Films

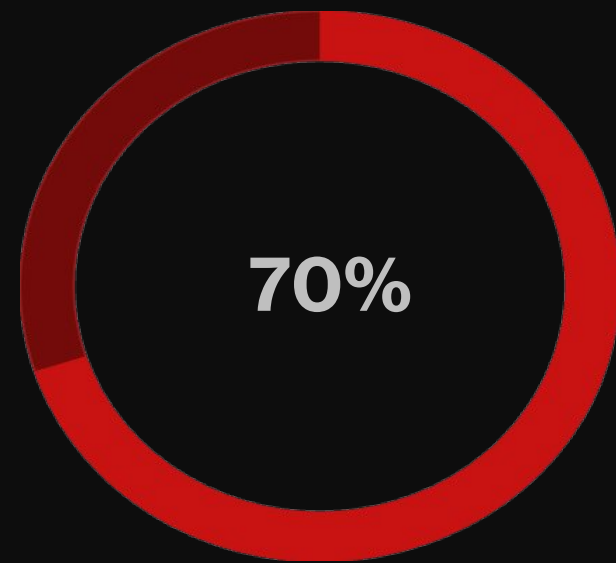


TV Shows

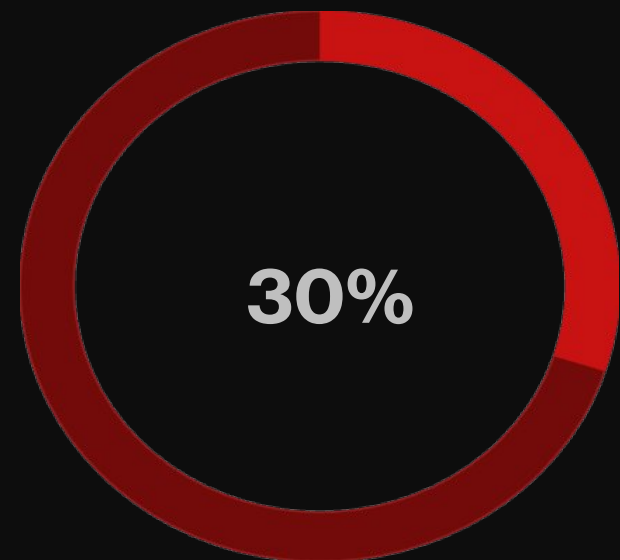
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :

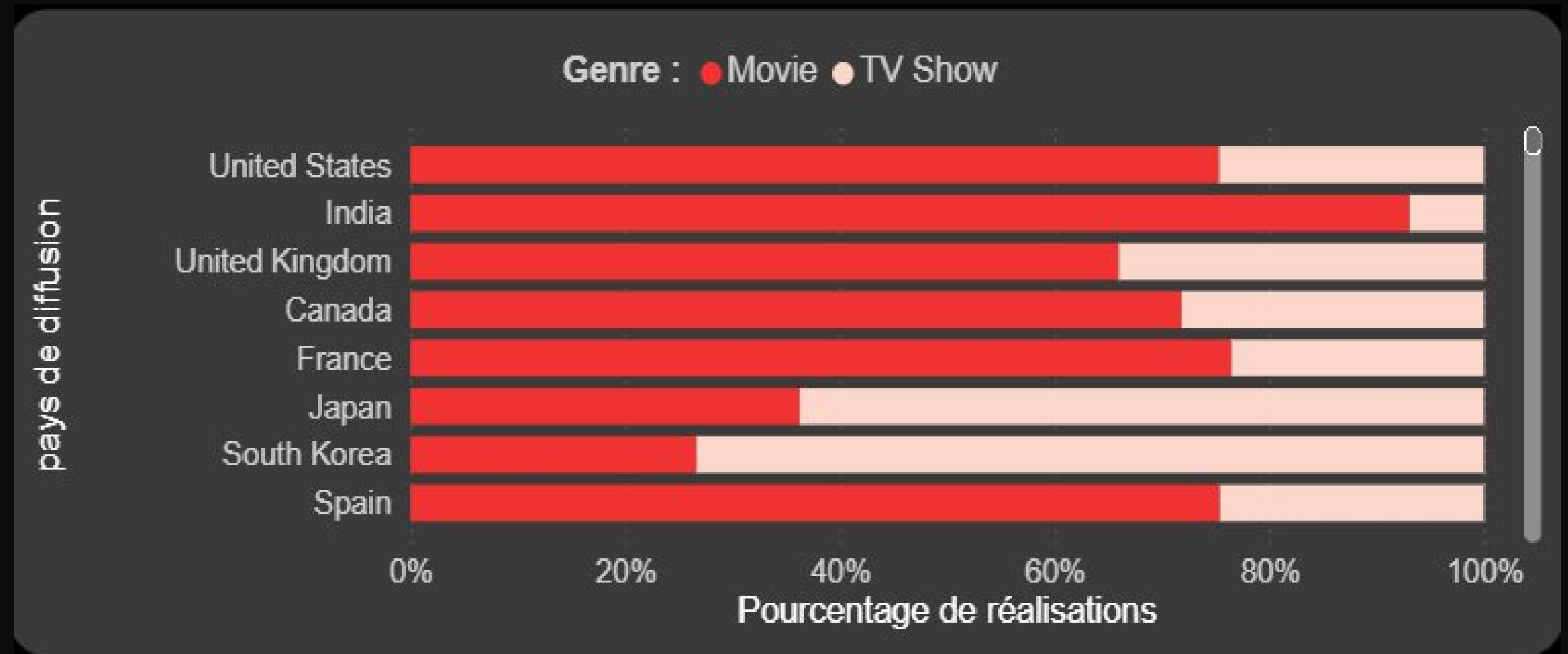


Films



TV Shows

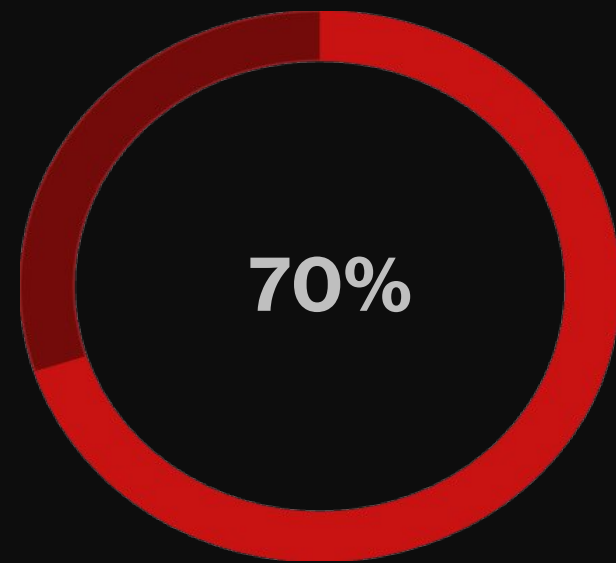
*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



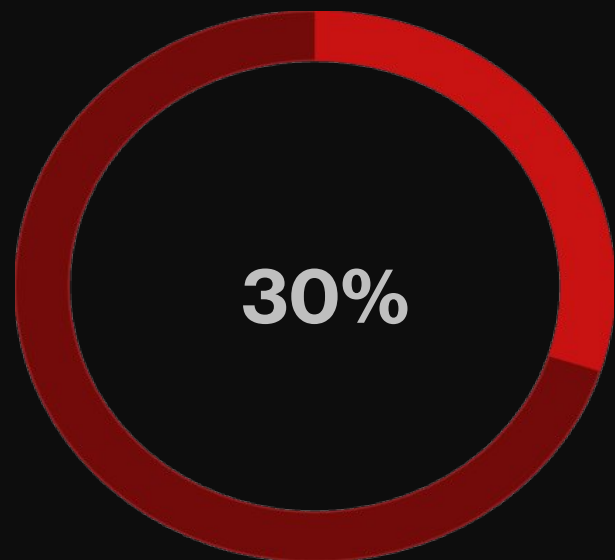
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :

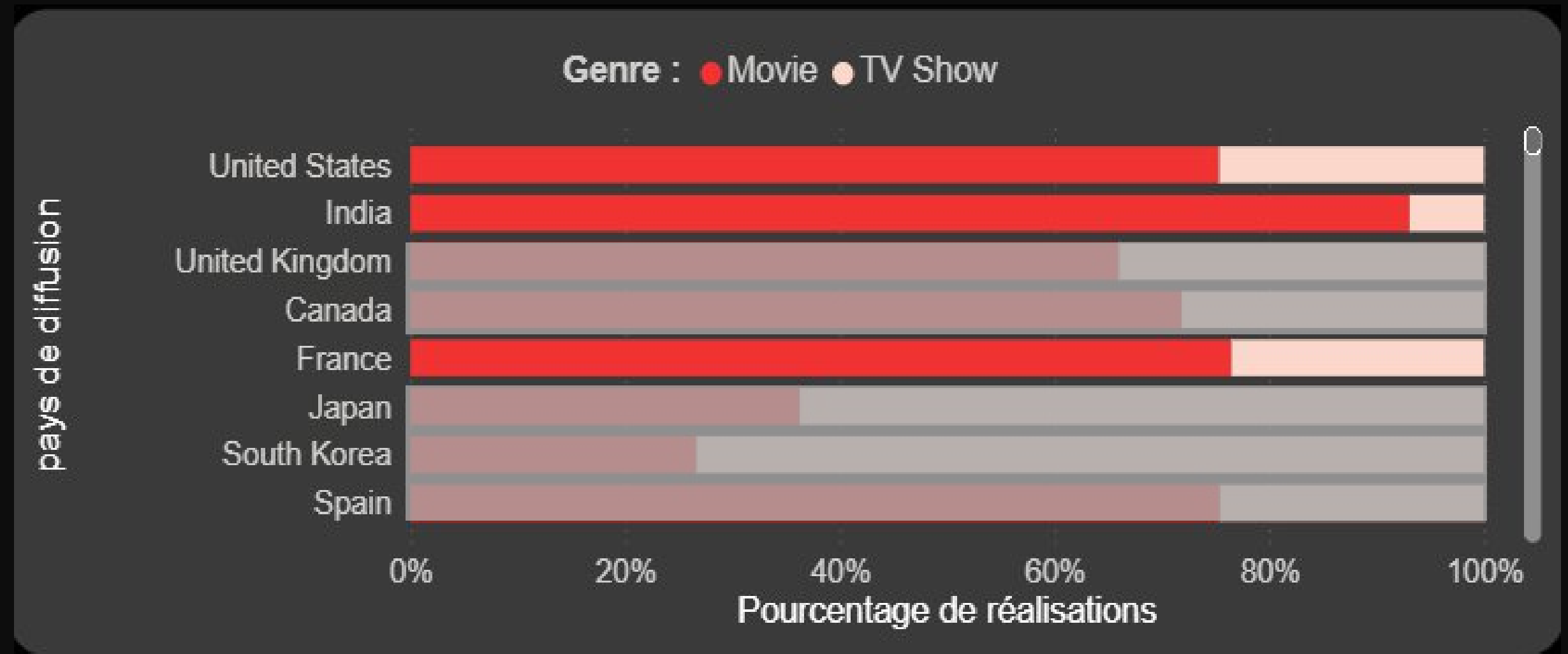


Films



TV Shows

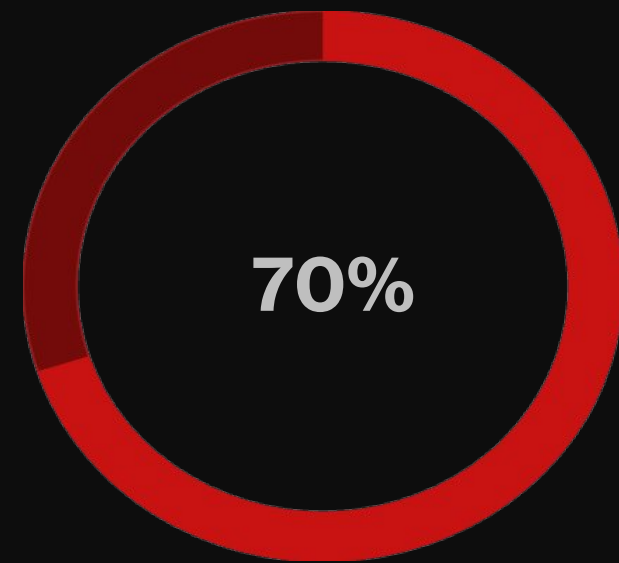
*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



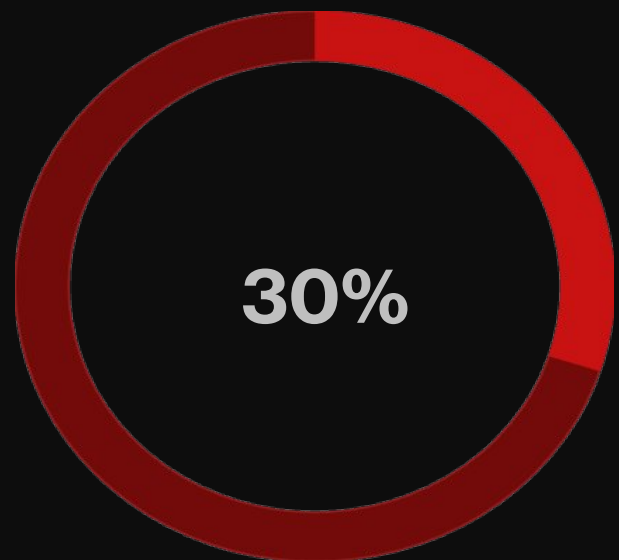
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :

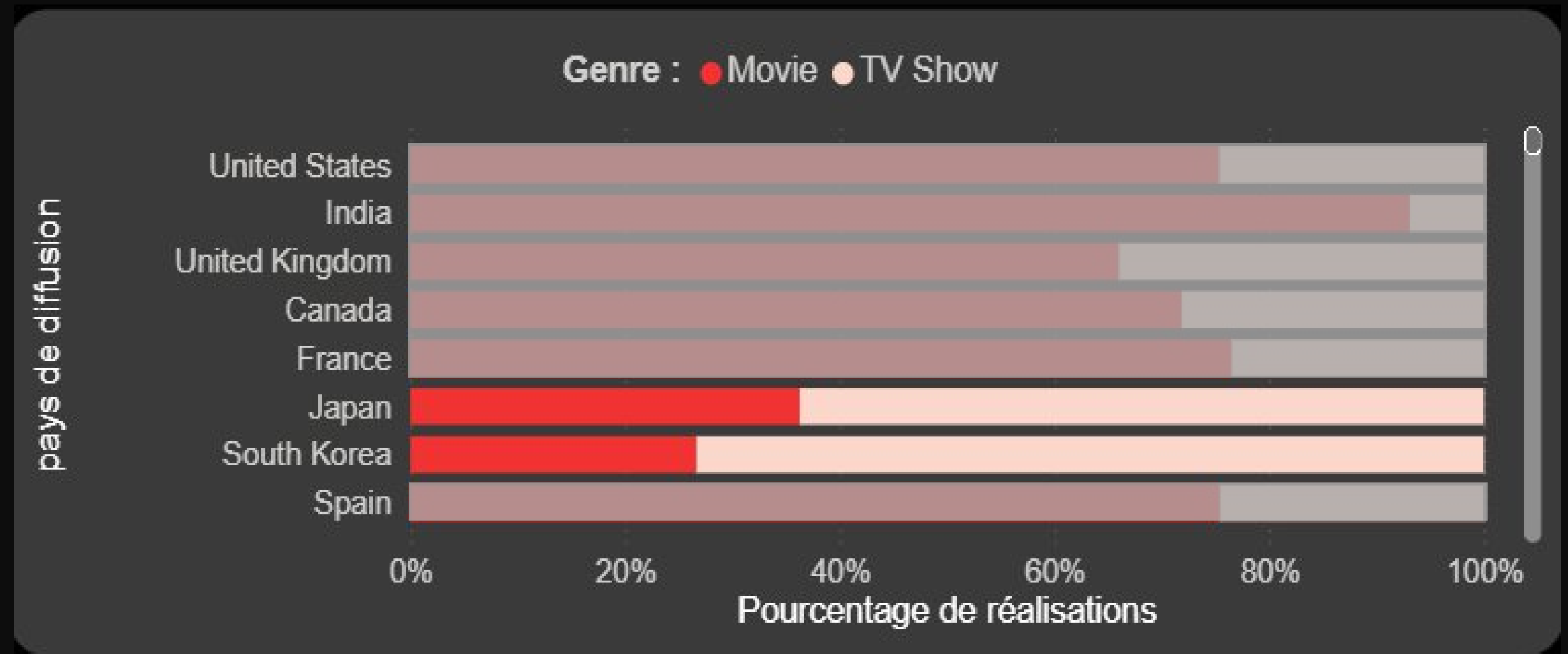


Films



TV Shows

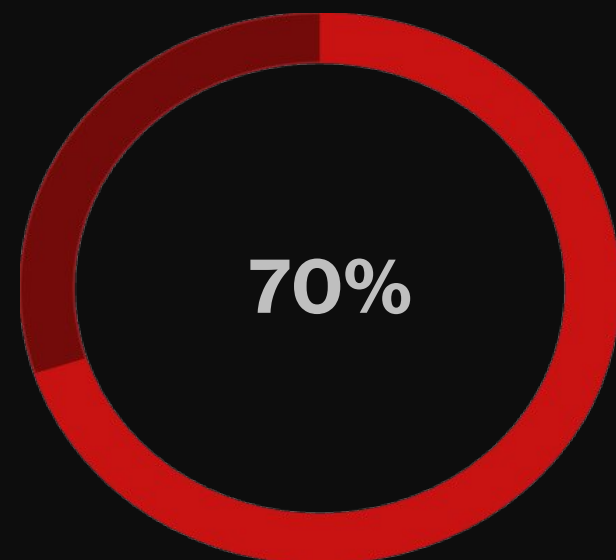
*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :

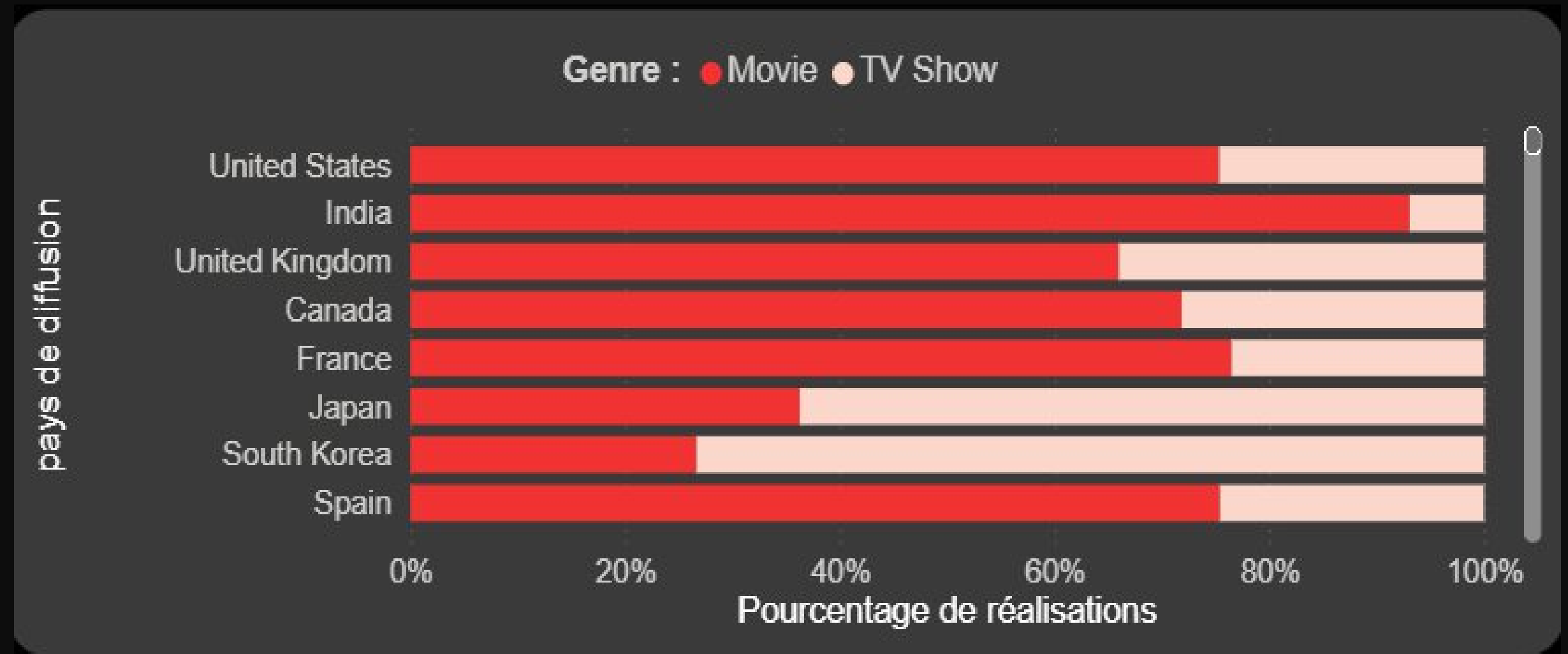


Films



TV Shows

*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



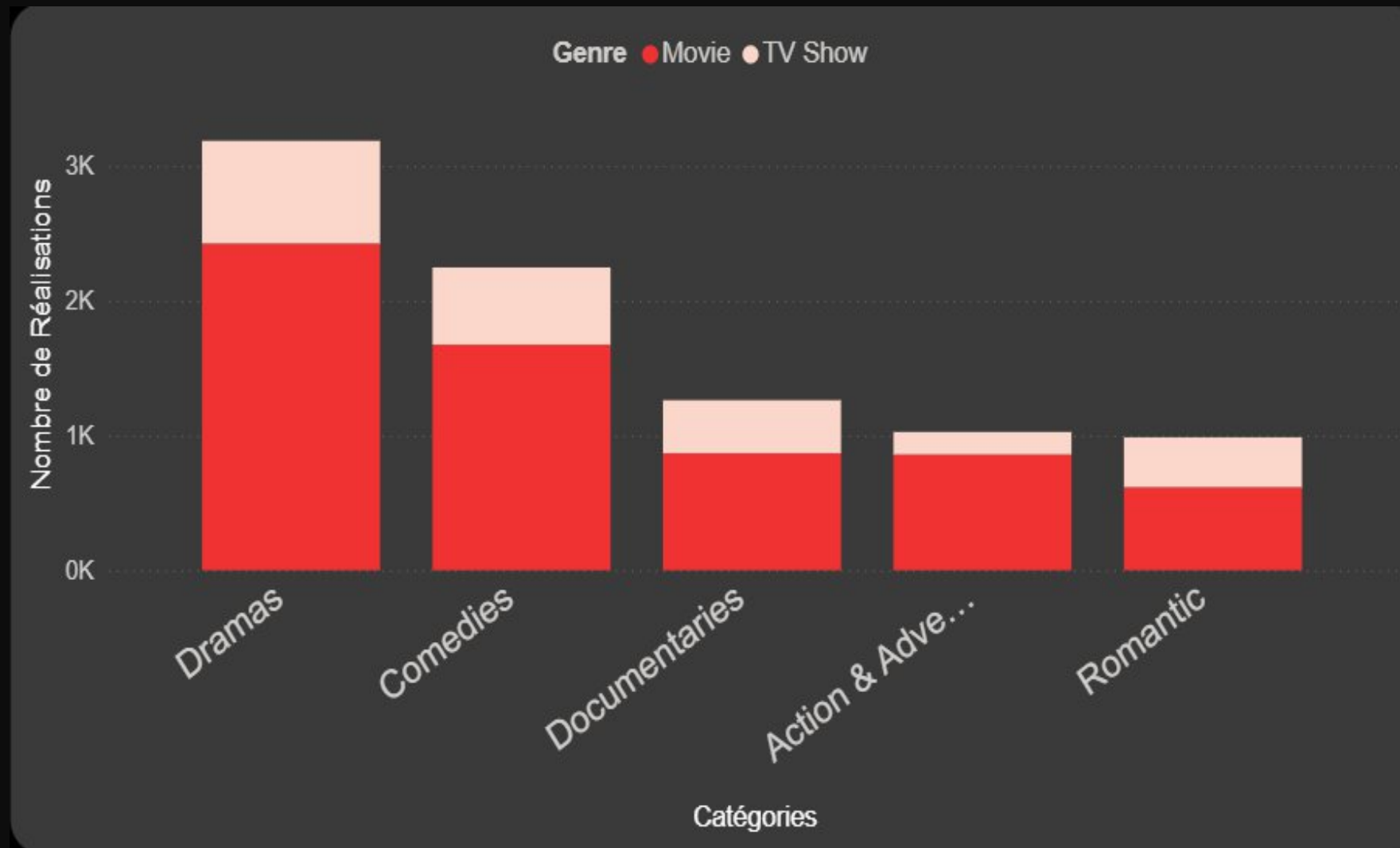
→ **L'adaptation culturelle** par marché

Preuve qu'on peut être un géant mondial tout en restant pertinent localement

La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



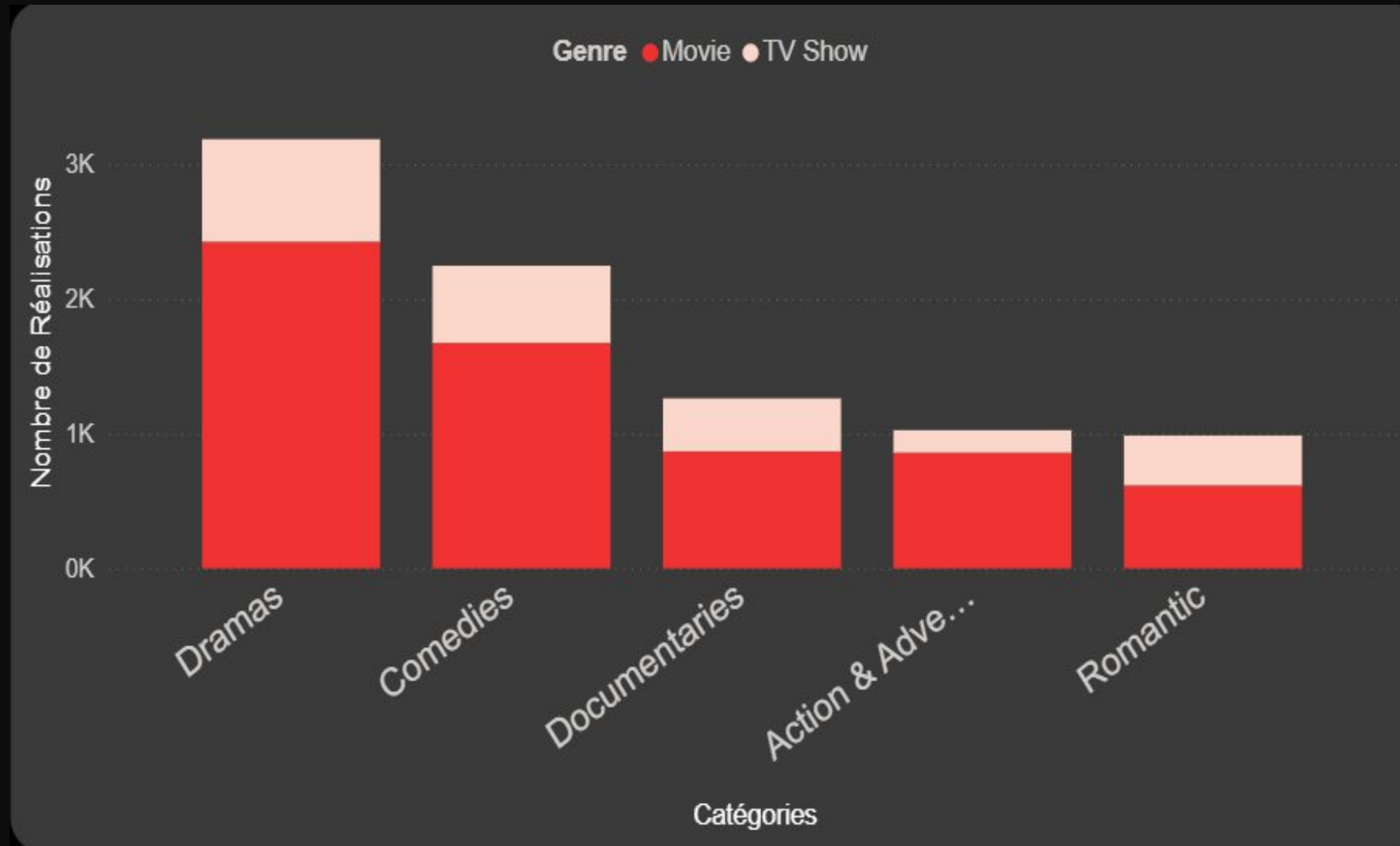
Les Drame : catégorie phare historique



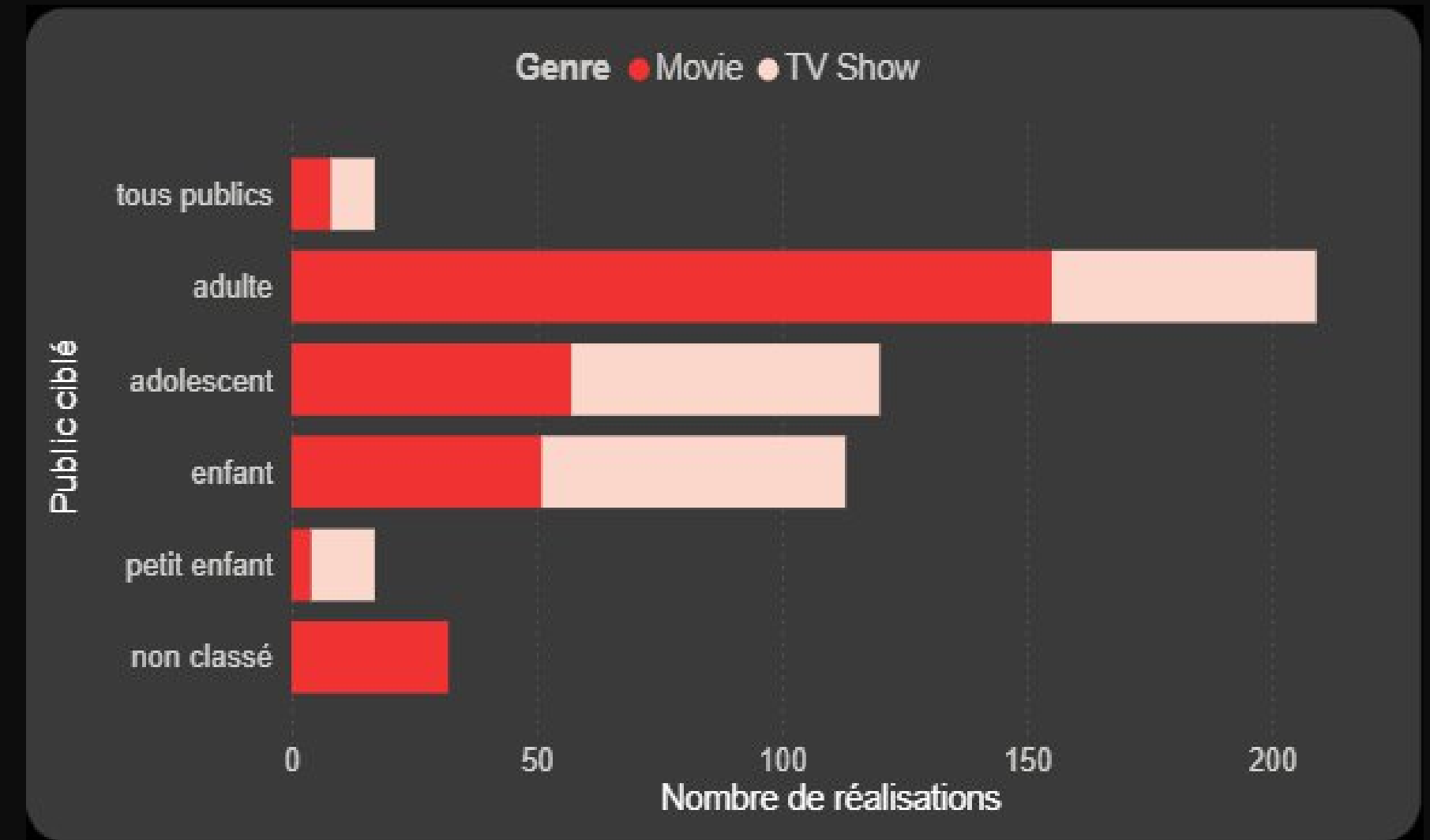
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Les Drame : catégorie phare historique



Les Adultes : public cible

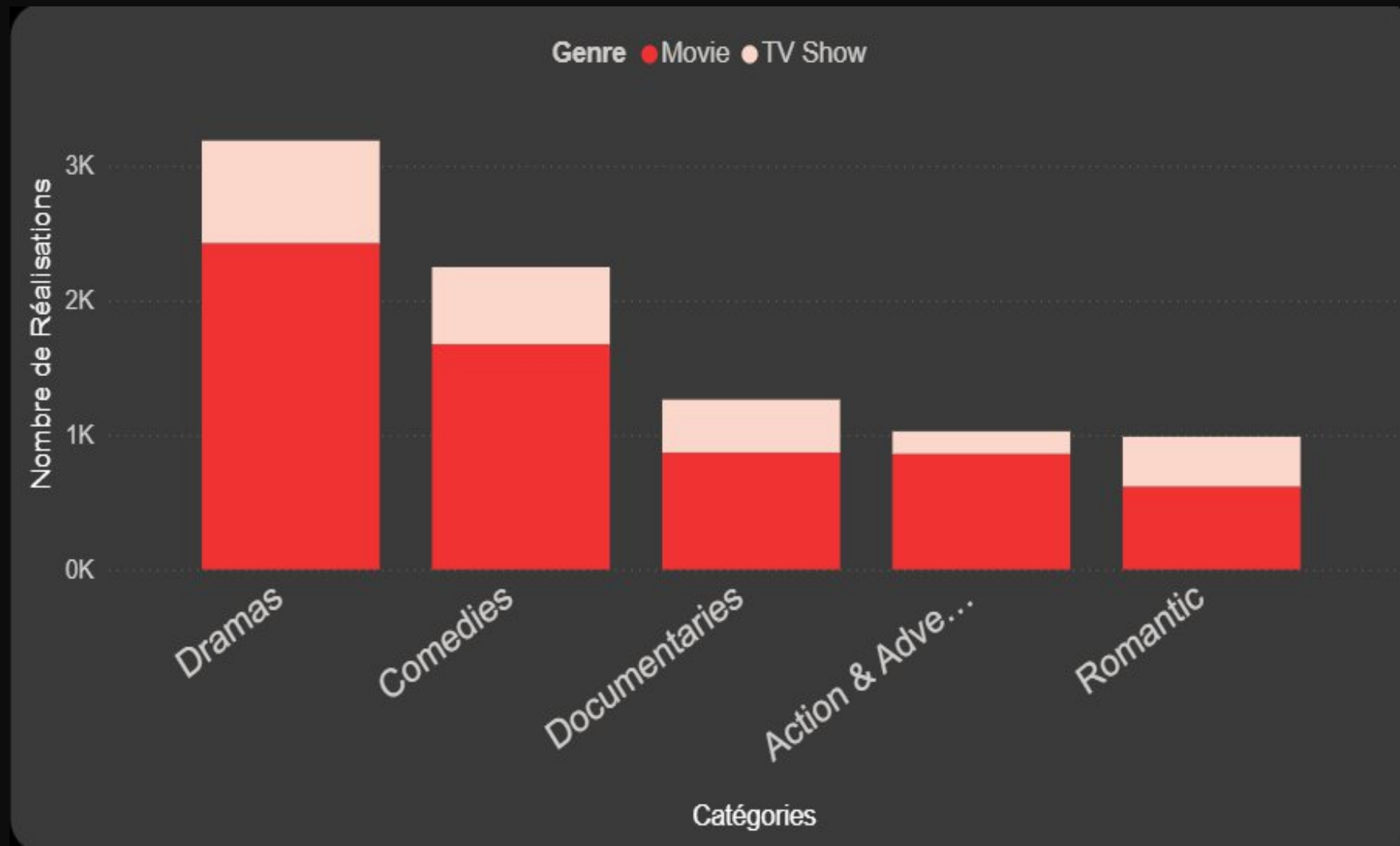


2015-2016

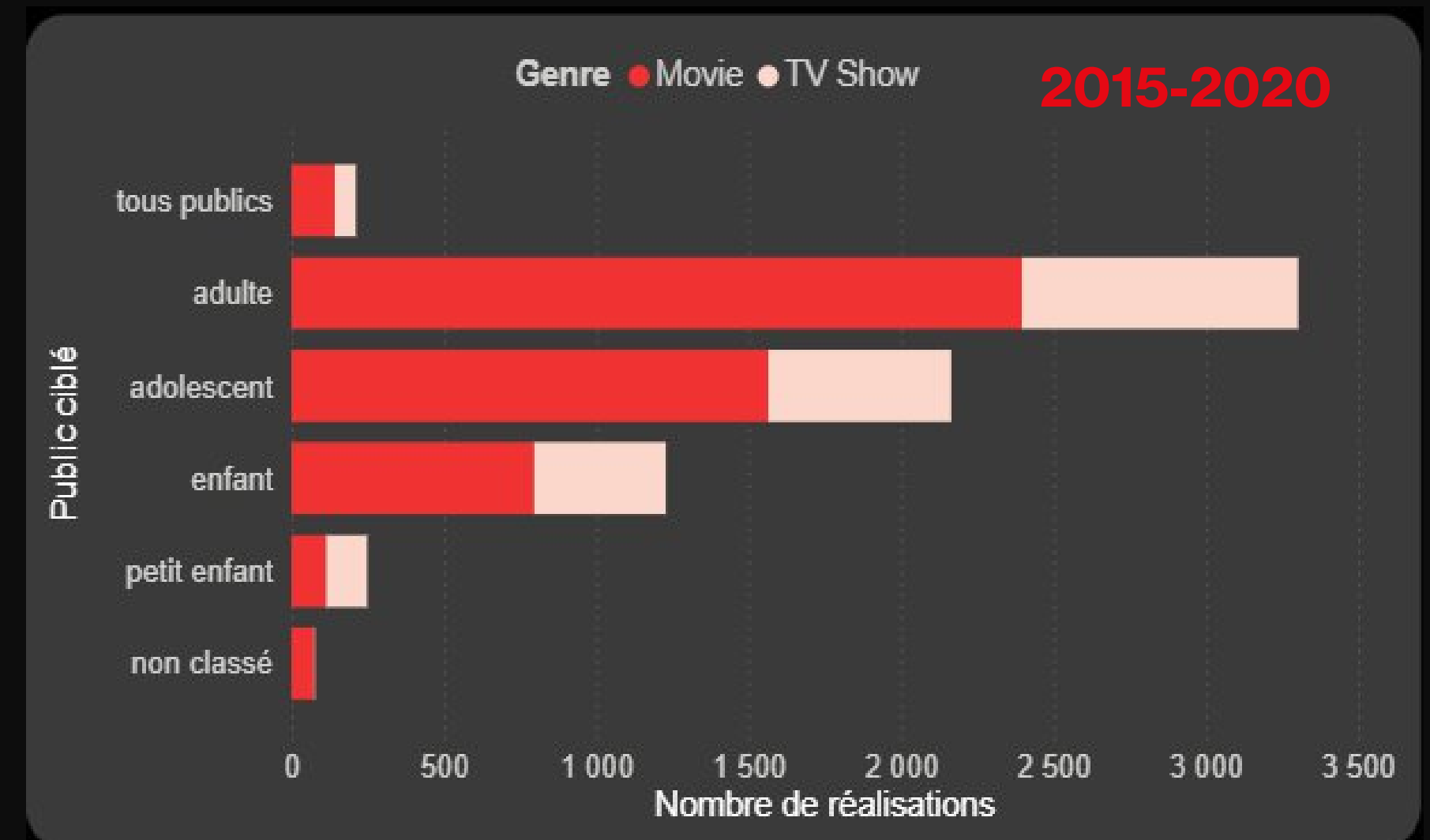
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Les Drame : catégorie phare historique



Les Adultes : public cible

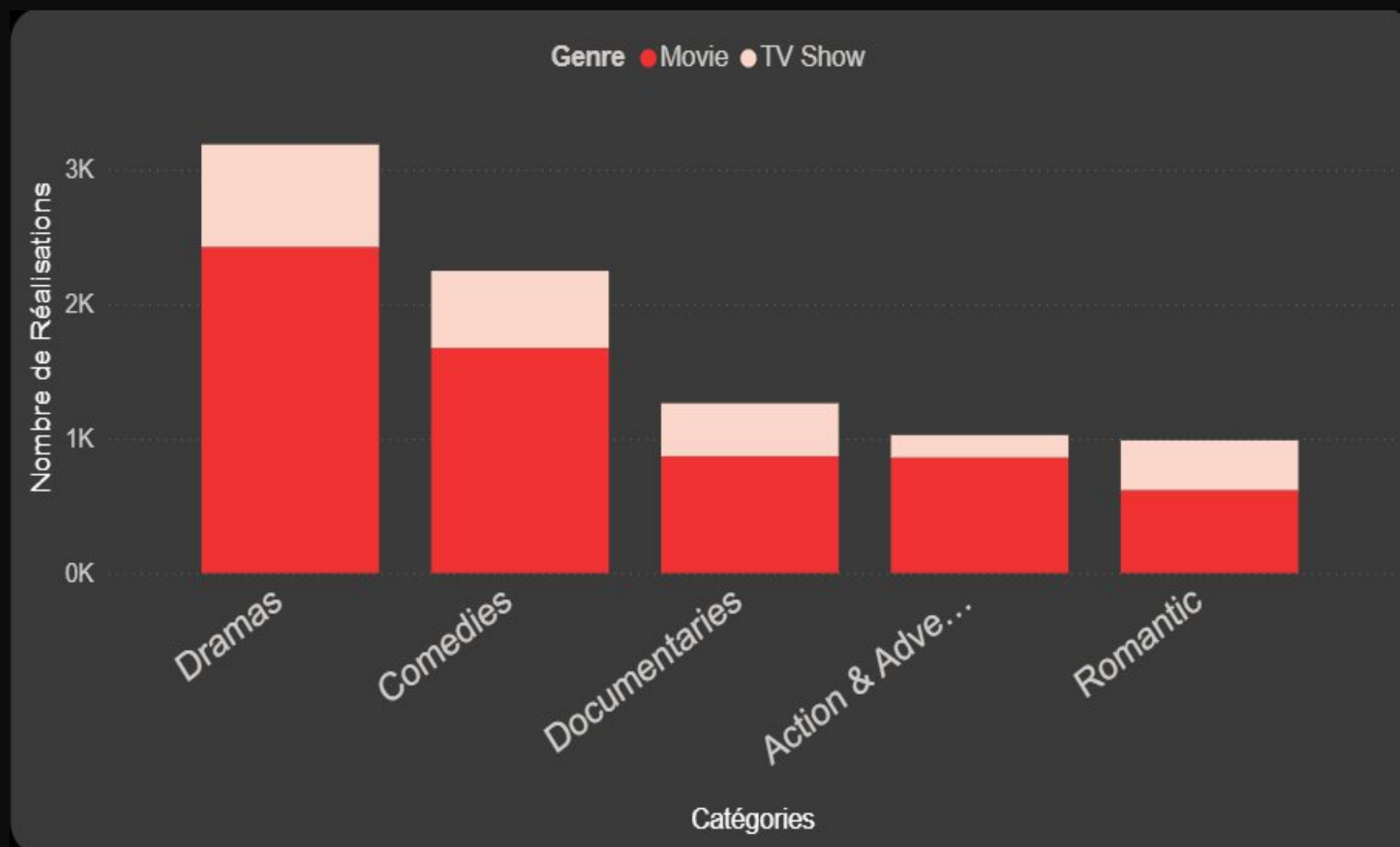


2015-2020

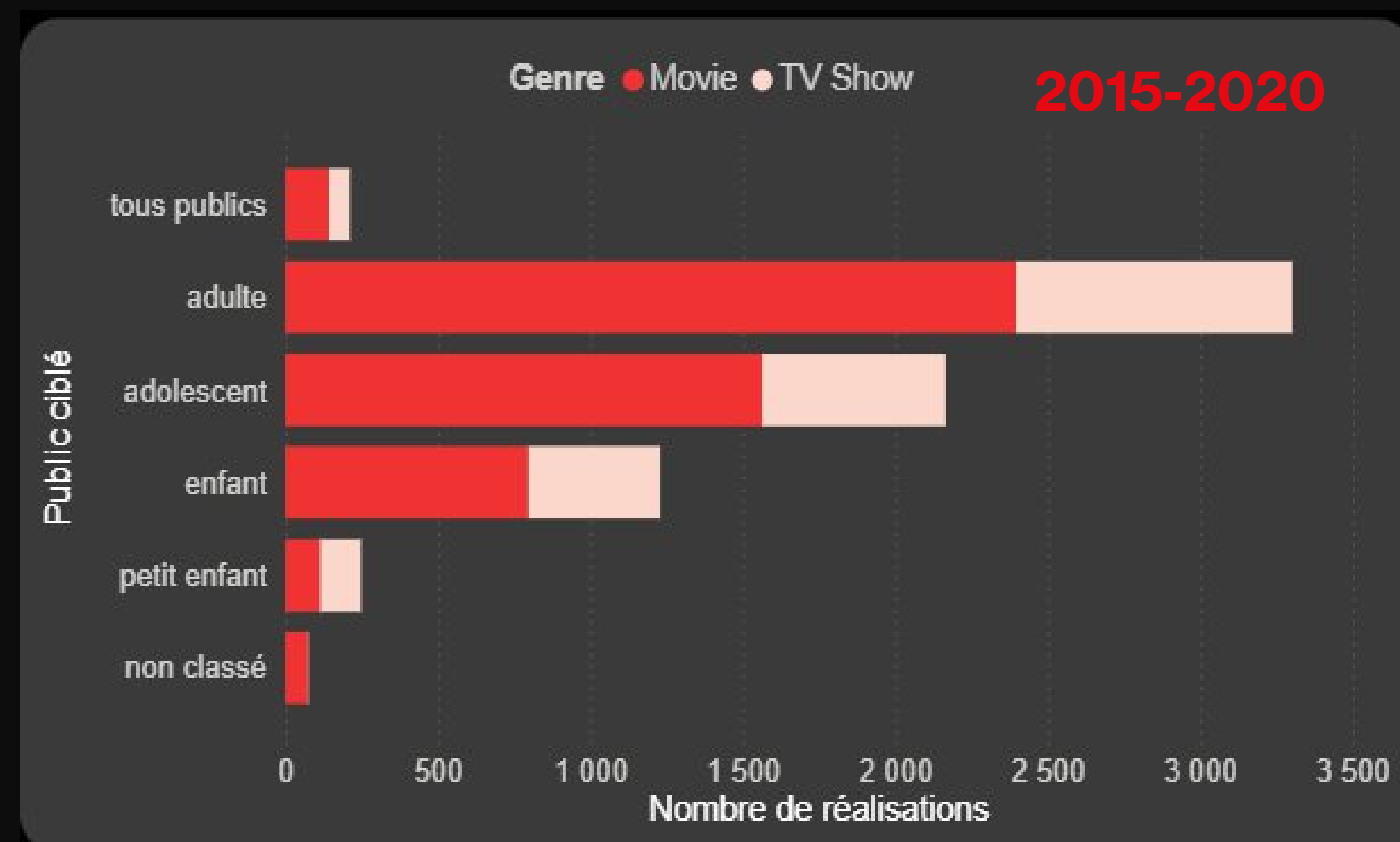
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Les Drame : catégorie phare historique



Les Adultes : public cible



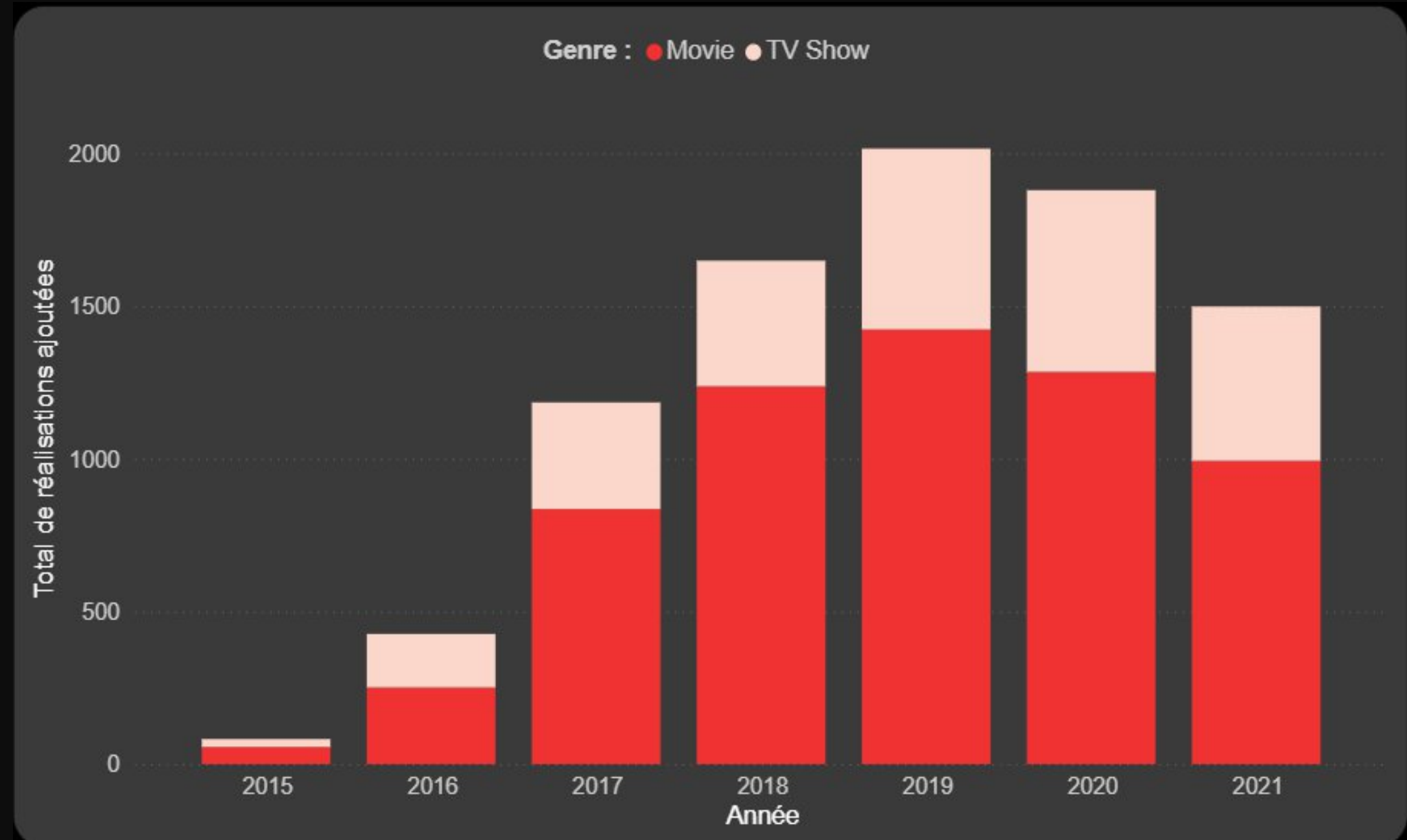
2015-2020

→ Netflix optimise une **stratégie stable** plutôt que de la réinventer :
Drames - Adultes - Maximum local

Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



*Calendrier Secret,
à la recherche des pics
de nouveautés*



par ANNÉES

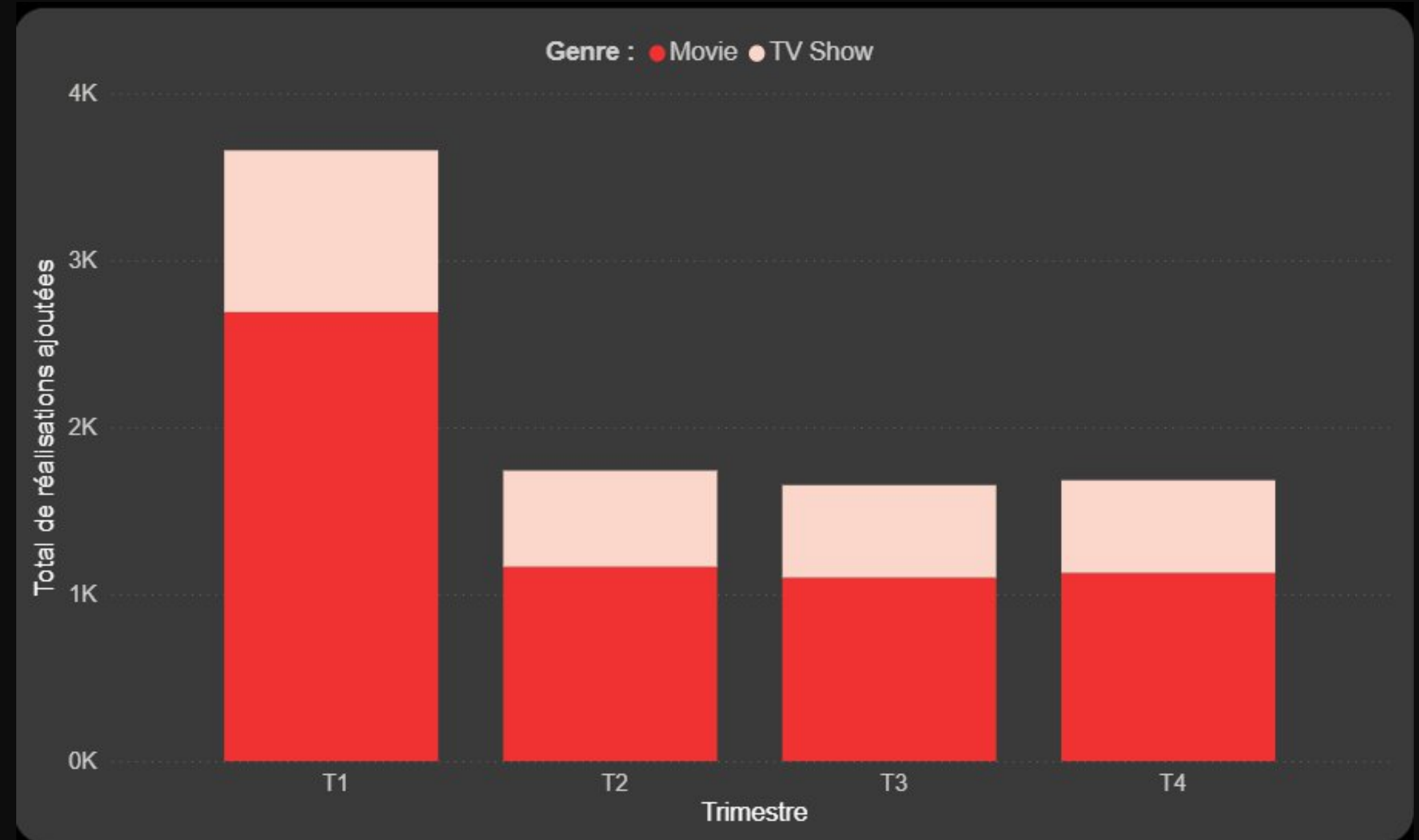
Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



À la recherche des pics de nouveautés

Calendrier Secret :

*Pic systématique
aux 1ers Trimestres*



par TRIMESTRES

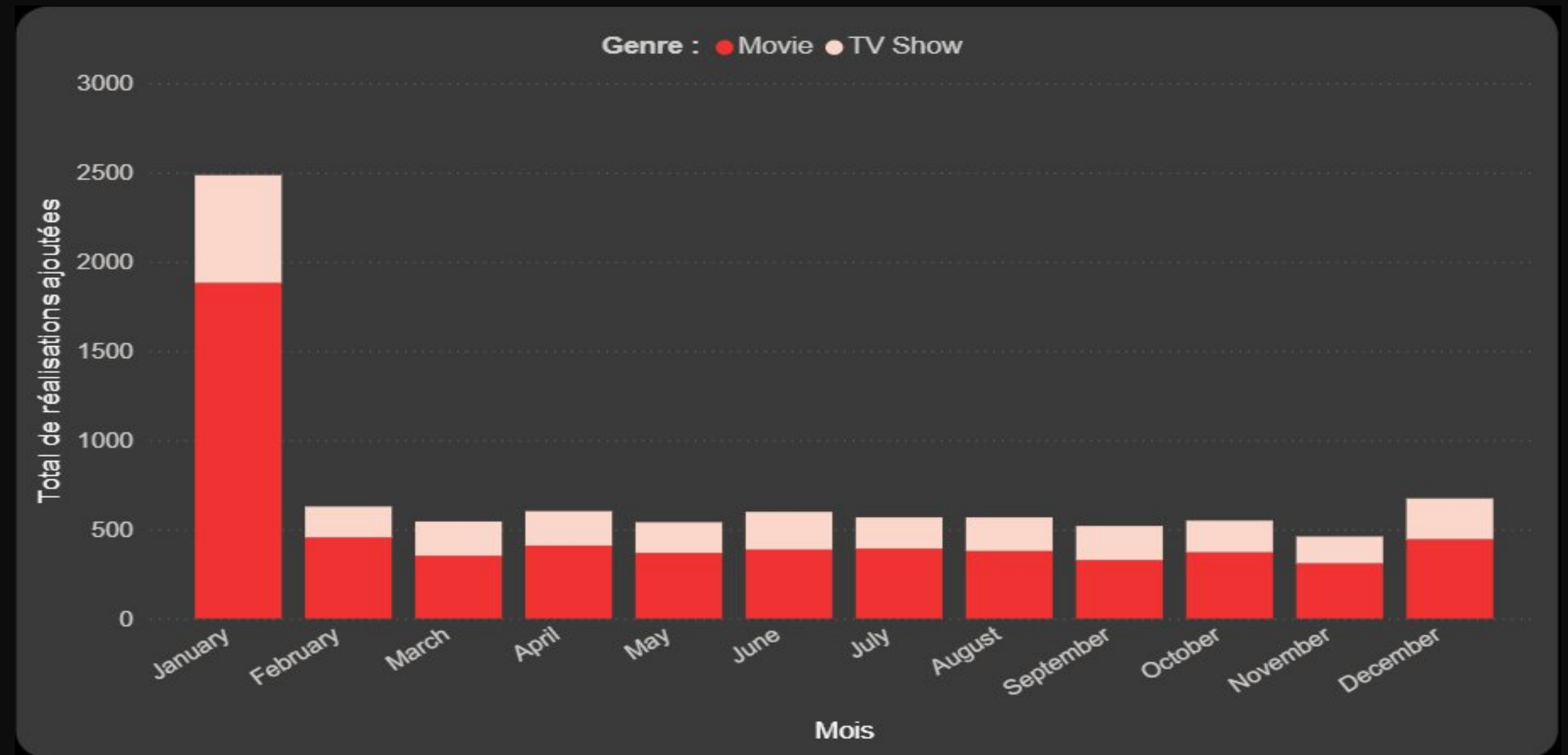
Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



À la recherche des pics de nouveautés

Calendrier Secret :

Netflix mise tout sur le mois de janvier



par MOIS

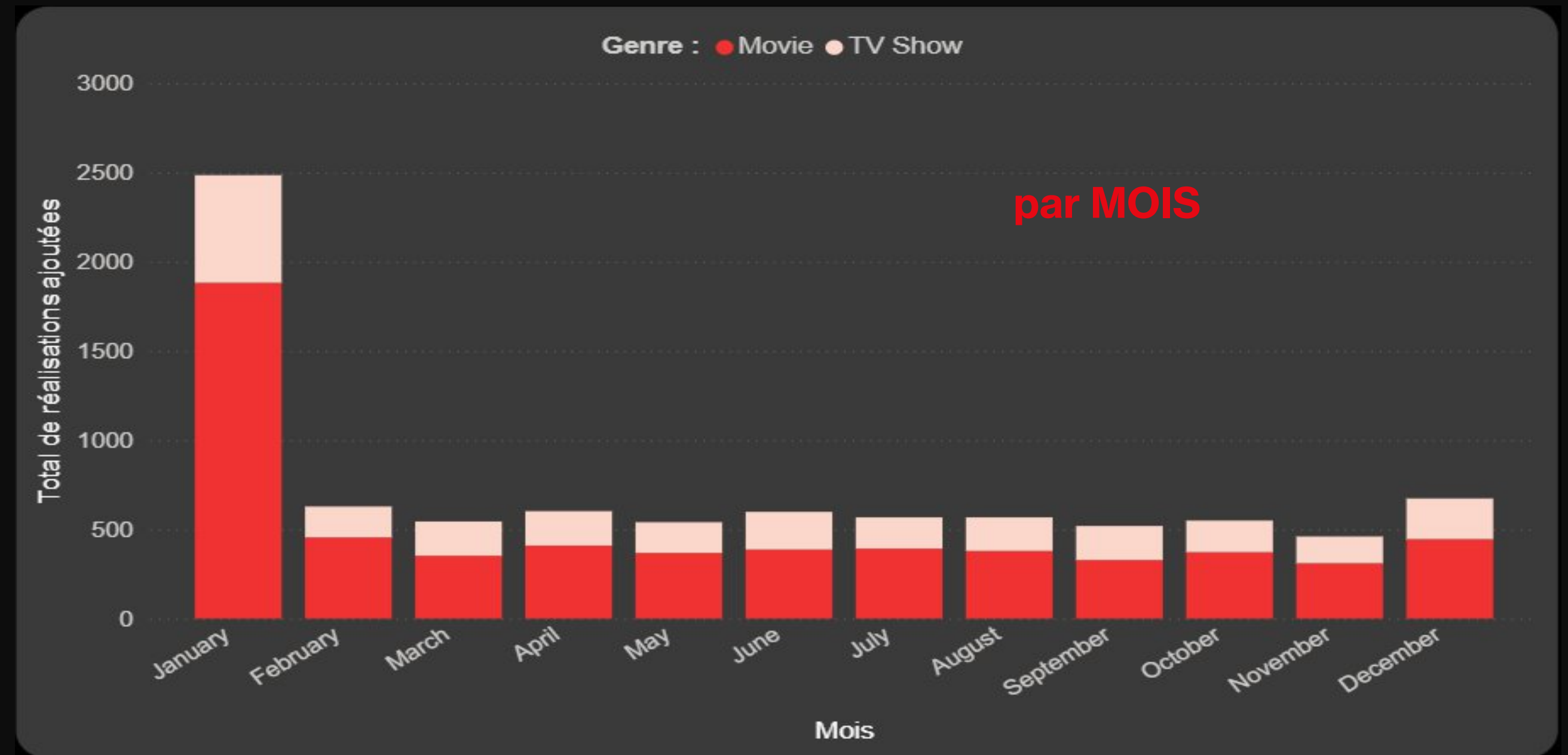
Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



À la recherche des pics de nouveautés

Calendrier Secret :

Netflix mise tout sur le mois de janvier



→ Après les fêtes, Netflix **inonde** la plateforme pour **captiver et retenir** son audience. **Une machine à fidéliser.**

Conclusion

TRIO GAGNANT

Conclusion



Le Volume

TRIO GAGNANT

✓ **Volume** = Attirer + Dominer

Conclusion



Le Volume



La Pertinence

TRIO GAGNANT

- ✓ **Volume** = Attirer + Dominer
- ✓ **Pertinence** = Satisfaire + Retenir

Conclusion



Le Volume



La Pertinence

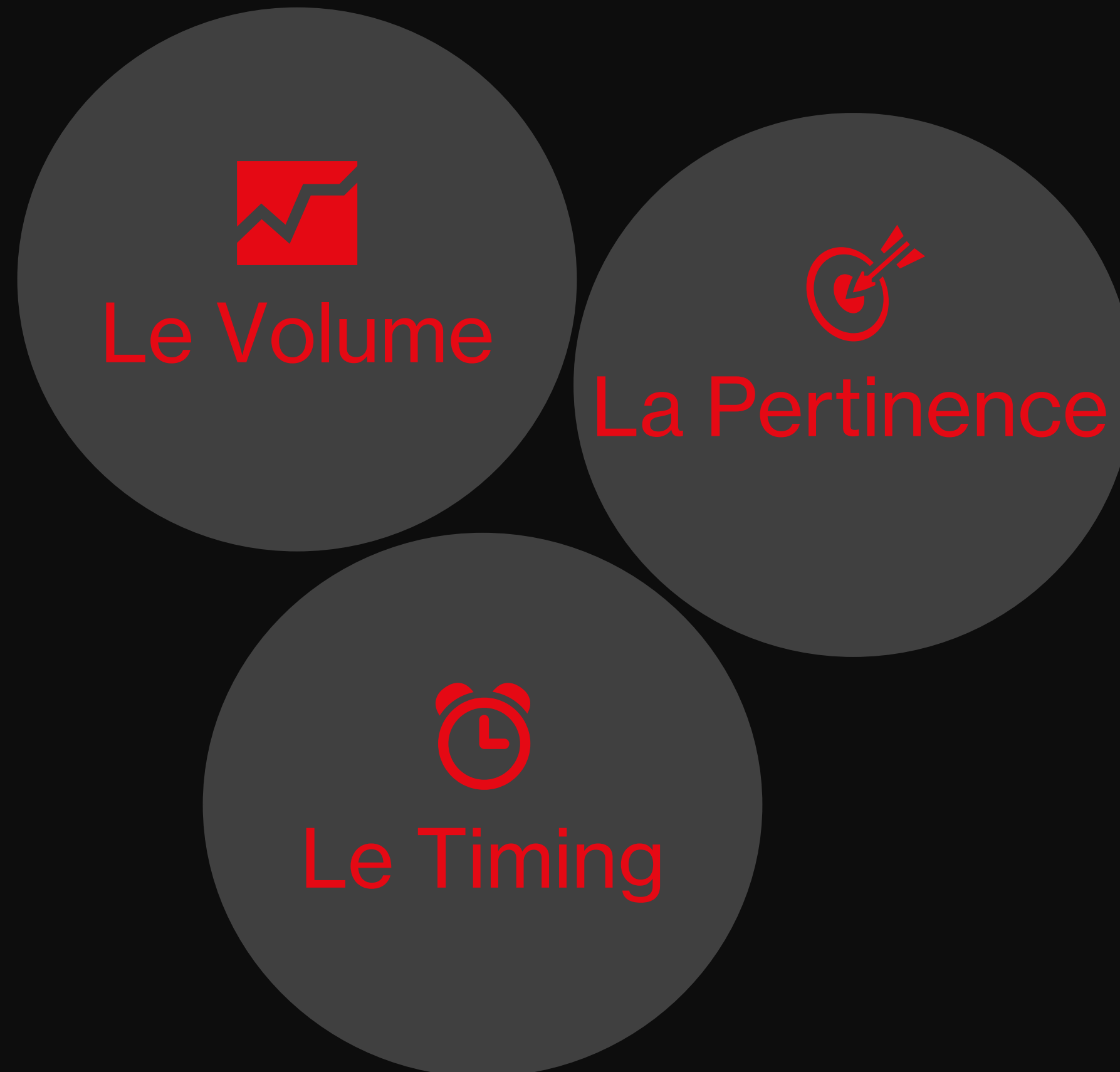


Le Timing

TRIO GAGNANT

- ✓ **Volume** = Attirer + Dominer
- ✓ **Pertinence** = Satisfaire + Retenir
- ✓ **Timing** = Fidéliser + Attirer

Conclusion



TRIO GAGNANT

- ✓ **Volume** = Attirer + Dominer
- ✓ **Pertinence** = Satisfaire + Retenir
- ✓ **Timing** = Fidéliser + Attirer

Croiser avec les données d'abonnement pour modéliser l'impact des sorties de janvier sur la rétention

Next step

N

aviguez sur : <https://github.com/Elo3534>

